

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

Geovanna Caroline Silva Ortiz

A função do jornalismo cultural em festivais de música: análise e percepções pelos profissionais de comunicação

São Paulo

2024

Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação

A função do jornalismo cultural em festivais de música: análise e percepções pelos profissionais de comunicação

Geovanna Caroline Silva Ortiz

Orientador: Prof. Dr. Dennis de Oliveira

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

São Paulo

2024

AGRADECIMENTOS

Um dia, na infância, ouvi que um show de rock era capaz de mudar o mundo. Cresci acreditando que a música pode transformar lugares, pessoas e ideias. O meu agradecimento vai para as pessoas nas quais eu mais confio, meus pais, Ana e Nei. São eles que me dão suporte, apoio e me incentivam a seguir os meus sonhos. Pelas vezes que ouvia e ouço minha mãe e meu pai cantarolar pela casa e na chácara. Pelas vezes que ouvi os sons da natureza, deitada na nossa rede azul. Pelas vezes que compravam revistas sobre música na infância e, mesmo sem saber, me incentivaram a me tornar jornalista e apaixonada pela cultura. Por todos os momentos juntos.

A FUNÇÃO DO JORNALISMO CULTURAL EM FESTIVAIS DE MÚSICA: ANÁLISE E PERCEPÇÕES PELOS PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO ¹

Geovanna Caroline Silva Ortiz ²

Resumo: A pesquisa analisou as percepções de profissionais de comunicação sobre a cobertura de festivais de música e o consumo de informações pelo público. A metodologia incluiu a análise teórica focada em Marilena Chauí e Daniel Piza. No trabalho de campo, foram realizadas entrevistas qualitativas com jornalistas. A análise abordou conceitos de cultura e categorias propostas por Piza, como entretenimento vs. erudição, nacional vs. internacional e reportagem vs. crítica. Os resultados indicam que a percepção do jornalismo como mediador cultural é fluida, e que limitar a cobertura ao festival pode restringir uma compreensão mais profunda de cultura.

Palavras-chave: 1. Cultura 2. Jornalismo 3. Música

The role of cultural journalism in music festivals: analysis and perceptions by communication professionals

Abstract: The research analyzed the perceptions of communication professionals about the coverage of music festivals and the consumption of information by the public. The methodology included theoretical analysis focused on Marilena Chauí and Daniel Piza. In the fieldwork, qualitative interviews were conducted with journalists. The analysis addressed concepts of culture and categories proposed by Piza, such as entertainment vs. erudition, national vs. international, and reporting vs. criticism. The results indicate that the perception of journalism as a cultural mediator is fluid, and that limiting coverage to the festival may restrict a deeper understanding of culture.

Key words: 1. Culture 2. Journalism 3. Music

El papel del periodismo cultural en los festivales de música: análisis y percepciones de los profesionales de la comunicación

Resumen: La investigación analizó las percepciones de los profesionales de la comunicación sobre la cobertura de los festivales de música y el consumo de información por parte del público. La metodología incluyó análisis teóricos centrados en Marilena Chauí y Daniel Piza. En el trabajo de campo se realizaron entrevistas cualitativas a periodistas. El análisis abordó conceptos de cultura y categorías propuestas por Piza, como entretenimiento vs. beca, nacional vs. internacional y presentación de informes vs. crítica. Los resultados indican que la percepción del periodismo como mediador cultural es fluida y que limitar la cobertura al festival puede restringir una comprensión más profunda de la cultura.

Palabras clave: 1. Cultura 2. Periodismo 3. Música

¹ Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura.

² Graduada em Comunicação Social com ênfase em jornalismo pelo Centro Universitário Campo Limpo Paulista.

Introdução

Definimos cultura como o repertório de conhecimento e costumes, que se expressa pelas artes, linguagem, ciência, religião, esportes, manifestações, crenças, política e fazem parte da vida social e do meio em que se está inserido. O jornalismo abrange uma área profissional que busca informar o público sobre fatos que ocorrem na sociedade, que tenham relevância pública. Uma vez que o jornalismo desempenha a função de noticiar fatos e propagar informações, ele contribui com a construção de arquivo histórico e documenta as mudanças culturais e comportamentais da sociedade.

O jornalismo cultural é uma vertente do jornalismo que se concentra na divulgação, crítica e cobertura de pautas relacionadas à cultura com o propósito de fomentar e promover a discussão sobre assuntos relacionados às artes e os efeitos que elas têm na sociedade. Os festivais de música são um exemplo de atividade cultural que movimenta a economia, o turismo, a cultura e a cidade num contexto geral, mas não apenas isso - são espaços de encontro e interação social, com pessoas que compartilham interesses comuns, em busca de criar memórias e estabelecer novas conexões.

Tendo como princípio a relação entre jornalismo e cultura, este artigo tem o objetivo de analisar e compreender as percepções dos profissionais de comunicação sobre a cobertura dos festivais de música no Brasil, além de como esses profissionais avaliam o consumo de informações pelo público. O processo metodológico deste artigo inclui a análise teórica focada em autores como Marilena Chauí e Daniel Piza. Além disso, para o trabalho de campo, foram realizadas entrevistas qualitativas com profissionais da área de comunicação. A análise do material é baseada a partir das categorias identificadas por Piza, na obra "Jornalismo Cultural": entretenimento versus erudição, nacional versus internacional, e reportagem versus crítica.

Desse modo, a contribuição do artigo engloba estudos no campo do jornalismo, da cultura, da música e da sociedade, favorecendo a compreensão do comportamento dos consumidores, as tendências culturais e a construção desses eventos pelos profissionais.

1. Problematização e marcos teóricos

Este artigo visa compreender as percepções dos profissionais de comunicação sobre a cobertura dos festivais de música no Brasil, além de como eles avaliam o consumo de

informações pelo público, com a premissa de responder a seguinte pergunta: "Como o profissional de comunicação percebe a cobertura de um festival de música?". A partir desta observação, busca-se identificar conceitos e teorias relacionados à cultura, a partir das ideias de Marilena Chauí e José Luiz dos Santos, às teorias do jornalismo, baseadas em Nelson Traquina, além do enfoque ao jornalismo cultural e midiático, com reflexões norteadas por Daniel Piza.

1.1 Desbravando o conceito de cultura

Ao questionar-se sobre o que é cultura, cada indivíduo tem uma percepção sobre o seu significado e é legitimado que o termo carrega múltiplas interpretações, tendo em vista as diferentes condições sociais, econômicas, políticas e históricas que cada pessoa carrega consigo.

Entre os mais variados sentidos, a cultura é tida como sinônimo de posse de conhecimento, também representa interesses e ideais do coletivo, além de associar-se às atividades artísticas. Independente dos inúmeros significados, a filósofa Marilena Chauí (2000, p. 371) apresenta uma reflexão: "Como é possível a palavra cultura possuir tantos sentidos, alguns deles contraditórios com outros?". Em busca de uma resposta para tal indagação, observamos e analisamos a origem do termo, a partir do verbo *colere*, e sua correlação com entre natureza e cultura. De acordo com a autora, a noção de cultura se baseia em dois significados:

1. vinda do verbo latino *colere*, que significa cultivar, criar, tomar conta e cuidar, *Cultura* significava o cuidado do homem com a Natureza. *Donde*: agricultura. Significava, também, cuidado dos homens com os deuses. *Donde*: culto. Significava ainda, o cuidado com a alma e o corpo das crianças, com sua educação e formação. *Donde*: *puericultura* (em latim, *puer* significa menino; *puera*, menina). A *Cultura* era o cultivo ou a educação do espírito das crianças para tornarem-se membros excelentes ou virtuosos da sociedade pelo aperfeiçoamento e refinamento das qualidades naturais (caráter, índole, temperamento);

2. a partir do século XVIII, *Cultura* passa a significar os resultados daquela formação ou educação dos seres humanos, resultados expressos em obras, feitos, ações e instituições: as artes, as ciências, a Filosofia, os ofícios, a religião e o Estado. Torna-se sinônimo de civilização, pois os pensadores julgavam que os resultados da formação-educação aparecem com maior clareza e nitidez na vida social e política ou na vida civil (a palavra civil vem do latim: *cives*, cidadão; *civitas*, a cidade-Estado). (CHAUÍ, 2000, p. 372)

Além da relação com a natureza, a primeira noção de cultura apresenta o termo a partir de vivências coletivas e pessoais, como parte da natureza humana, valorizando-o sentimentos, reflexões e características não visíveis de um indivíduo. A segunda noção de cultura é ampla, abrangendo a relação da sociedade entre o tempo e o espaço e suas relações: familiares, profissionais, religiosas - transmitidas pelo contexto geracional.

Para Santos (1994, p. 4), devemos compreender a cultura com simplicidade, sem se preocupar em obter uma única definição metódica, mas sim refletir sobre os variados significados. "O que importa é que pensemos sobre os motivos de tanta variação, que localizemos as ideias e temas principais sobre os quais elas se sustentam". A ideia central para se discutir cultura parte das preocupações e constatações sobre o modo de vida da sociedade. Afinal, "...é impossível discutirmos sobre cultura sem fazermos referência a ela." (SANTOS, 1994, p. 8). Assim como a origem do termo está ligada às atividades agrícolas, do cultivo com a terra, também fazemos uma analogia ao contexto atual, da cultura como cultivo da alma.

Vem do verbo latino colere, que quer dizer cultivar. Pensadores romanos antigos ampliaram esse significado e a usaram para se referir ao refinamento pessoal, e isso está presente na expressão cultura da alma. Como sinônimo de refinamento, sofisticação pessoal, educação elaborada de uma pessoa, cultura foi usada constantemente desde então e é até hoje. (SANTOS, 1994, p. 9)

Deste modo, partimos do princípio que a cultura está intrinsecamente relacionada com a interpretação do modo de vida em sociedade, analisada com ênfase nos contextos sociais e pessoais do ser humano.

1.2 Jornalismo: a arte de narrar fatos

A arte de fazer jornalismo envolve a capacidade de narrar fatos, cativar o leitor e transmitir informações com clareza. Foi no século XIX que o jornalismo conquistou a sua expansão e teve como premissa priorizar a informação. "Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, e a noção do jornalismo como um serviço ao público". (TRAQUINA, 2005, p. 34)

A metodologia mais conhecida do jornalismo se baseia em responder às seis perguntas: "o quê", "quem", "onde", "como", "quando" e "porquê" - método conhecido

tradicionalmente como o lead da pirâmide invertida, que envolve contar os acontecimentos a partir do fato mais relevante para o que tem menos destaque para conquistar o leitor para a leitura completa da reportagem. A cobertura jornalística também envolve a apuração dos fatos e a transmissão da mensagem ao receptor.

Com a ascensão dos processos industriais, ainda no século XIX, o capitalismo chega ao campo jornalístico o qual torna-se um negócio. De acordo com o autor Traquina (2005, p. 34): "os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando com objetivo fundamental o aumento das tiragens. Com o objetivo de fornecer informação e não propaganda, os jornais oferecem um novo produto - as notícias, baseadas nos fatos". Esse processo ganhou o nome de "jornalismo amarelo", nos Estados Unidos, fazendo com que o lucro prevalecesse sob a notícia.

O consumo da informação se torna um monopólio ao mesmo tempo em que dois processos se destacam na trajetória da atividade jornalística: a notícia como mercadoria e a profissionalização dos trabalhadores. Já não se tem espaço para a reflexão, pois o imediatismo se faz presente na divulgação das informações e o tempo passa a ser um fator decisivo. Tempo este, incorporado ao modo de produção capitalista.

O imediatismo é definido como um conceito temporal que se refere ao espaço de tempo (dias, horas, segundos) que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento. As notícias são vistas como um "bem altamente perecível", valorizando assim a velocidade. O imediatismo age como medida de combate à deterioração do valor da informação. Os membros da comunidade jornalística querem as notícias tão "quentes" quanto possível, de preferência "em primeira mão". Notícias "frias" são notícias "velhas", que deixaram de ser notícia. (TRAQUINA, 2005, p. 37)

Mesmo com a ascensão da globalização e a cultura da convergência instalada, o jornalismo se mantém, reestruturado, presente nos meios de comunicação tradicional e inserido também no digital, apesar dos desafios envolvendo o capital.

1.3 Jornalismo cultural: a arte da resistência

Uma das relações entre cultura e jornalismo resulta no jornalismo cultural. Ele tem como marco histórico o ano de 1711, data que surgiu a revista *The Spectator*, na Inglaterra, com a missão de levar o conhecimento da academia para a boemia inglesa. Entre as pautas,

estavam a música, o teatro, livros e costumes. O diferencial da revista estava em seu formato de narrar fatos, com uma escrita em conversação, em um tom de discurso reflexivo e espirituoso, sem focar na escrita acadêmica. Uma característica importante é que seu público-alvo à época, era o homem da cidade, que se modernizava em comportamentos e costumes.

Spectator se dirigia ao homem da cidade, "moderno", isto é, preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltado diante das mudanças no comportamento e na política. Dizendo ainda de outra forma, o jornalismo cultural, dedicado à avaliação de ideias, valores e artes, é produto de uma era que se inicia depois do Renascimento, quando as máquinas começaram a transformar a economia, a imprensa já tinha sido inventada (por Gutenberg em 1450) e o Humanismo se propagara da Itália para toda a Europa, influenciando o teatro de Shakespeare na Inglaterra e a filosofia de Montaigne na França. (PIZA, 2003, p. 14)

No Brasil, Machado de Assis foi o precursor, no século XIX, a partir das escritas de ensaios e críticas teatrais. Posteriormente, no século XX, os impressos e revistas se modernizaram e deram espaço à criticidade, com profissionalismo. Contextos políticos contribuíram para a consolidação e veiculação de veículos como A Ilustrada, da Folha de São Paulo, e O Caderno 2, do Estadão, durante o período marcado pela ditadura militar no Brasil. Nos anos 90, outro fenômeno curioso foi que o jornalismo cultural deu notoriedade a temas para além das sete artes (literatura, teatro, pintura, escultura, música, arquitetura e cinema), abrangendo assim a moda, o comportamento, a gastronomia e o design, por exemplo.

Os meios de comunicação de massa, como o rádio e a televisão democratizaram o acesso à informação ao mesmo tempo que impactaram e influenciaram os hábitos de consumo de todas as classes sociais. A televisão, por exemplo, chegou ao Brasil em 1950, com a inauguração da TV Tupi. Ao longo dos anos e com o surgimento da Rede Globo, em 1965, as pessoas tiveram o acesso ampliado às notícias de todo país e aos eventos populares. Com esse avanço, há uma ascensão do jornalismo cultural durante a indústria cultural e torna-se objeto de análise e crítica.

A indústria cultural tem como premissa a produção de cultura e entretenimento em larga produção, focada na massa de público, para gerar lucratividade, sem se preocupar com o desenvolvimento intelectual da sociedade. A partir das teorias marxistas, defendidas pelos filósofos da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, a indústria cultural é resultado do capitalismo. Para Piza (2003, p. 47), o jornalismo cultural também se enquadra nas ideias defendidas por Walter Benjamin, em "A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica", de

que a arte em tempos industriais perdeu sua "aura", tornando-se produto para consumo, para consolo instantâneo, não mais para reflexão ou perturbação".

Desse modo, o consumo se consolida como um fator decisivo para as produções culturais, ao invés de priorizar a produção com a finalidade que o próprio termo cultura traz: refletir sobre as relações humanas. Outro fator importante no jornalismo cultural é o desenvolvimento da criticidade, onde pressupõe que os profissionais de jornalismo cultural têm o dever de avaliar os produtos culturais e as tendências que o mercado valoriza.

Há grandes questões para ele enfrentar. A maior delas, talvez, seja a infinidade de oposições, de polarizações, que o contamina a todo instante. Entretenimento versus erudição, nacional versus internacional, regional versus central, jornalista versus acadêmico, reportagem versus crítica - a lista poderia ir longe. E, na verdade, tais dicotomias estão relacionadas com um velho debate filosófico que opõe o compreender e o julgar, debate que está na origem do jornalismo em geral, não apenas do cultural. (PIZA, 2003, p. 10)

Quando mencionado o entretenimento versus erudição, o autor aponta que o que impacta a linha tênue entre os dois é o modo como as pessoas entendem cultura. De acordo com Piza (2003, p. 50) "a maioria das pessoas associa "cultura" a algo inatingível, exclusivo dos que leem muitos livros e acumularam muitas informações, algo sério, complicado, sem a leveza de um filme-passatempo."

No quesito nacional versus internacional, o autor apresenta uma reflexão a respeito de como a imprensa noticia conteúdos nacionais e internacionais e a relevância que se dá a eles, mencionando a importância de se expandir horizontes, olhando a pauta de modo individual, sem basear-se na nacionalidade.

A principal objeção contra matérias que relatem e analisem eventos culturais estrangeiros é a de que significariam uma espécie de "submissão", uma atitude de "colonizados", aquele tipo de pensamento que supõe que tudo que venha "lá de fora" seja melhor a priori. Isso, porém, não pode implicar o contrário, ou seja, que não se deva deter a atenção sobre informações culturais do exterior porque o que nos importa é o que fazemos "aqui dentro", como se as culturas não se comunicassem. E, naturalmente, tudo depende da abordagem. (PIZA, 2003, p. 64)

Em relação à reportagem versus crítica, entende-se que a crítica está mais voltada para defender a opinião do jornalista sobre o produto, com base em argumentações fundamentadas. "O que se deve exigir de um crítico é que saiba argumentar em defesa de suas escolhas, não se

bastando apenas em adjetivos e colocações do tipo "gostei" ou "não gostei" (PIZA, 2003, p. 85). Por outro lado, a reportagem se concentra na noticiabilidade dos fatos de maneira mais objetiva e genérica, segundo o autor Piza (2003, p. 88) "Não deve explicitar totalmente sua opinião, "editorializando" a matéria, embora saiba que a maneira como ela é editada e hierarquizada influi sobre a percepção do leitor. Seu objetivo central é levar uma novidade ao leitor".

Mesmo com os desafios elencados pelo autor, o jornalismo cultural se mantém ativo e é um pilar do jornalismo como um todo e da cultura. É certo que as sete artes impactam as relações sociais e contribuem com reflexões e repertório, enriquecendo as visões de mundo e o debate público.

2. Analisando o Jornalismo Cultural: metodologia aplicada

A metodologia deste projeto foi pensada a partir da recepção da cobertura jornalística pelos profissionais de comunicação, com foco na análise e percepções do festival por esses profissionais. Foram realizadas entrevistas qualitativas, de forma on-line, com cinco profissionais da comunicação que já atuaram no campo do jornalismo cultural e também musical. Os profissionais foram selecionados a partir de sua experiência e envolvimento direto na cobertura dos festivais.

O principal objetivo das entrevistas qualitativas foi compreender as percepções dos profissionais de comunicação sobre a cobertura dos festivais de música, além de como esses profissionais avaliam o consumo de informações por parte do público. Na entrevista, buscou-se identificar quais são as percepções deles sobre as seguintes categorias de análise, baseadas no conceito de jornalismo cultural de Daniel Piza: entretenimento versus erudição, nacional versus internacional e reportagem versus crítica.

Após a realização das entrevistas, os dados coletados foram validados por meio da comparação de respostas. Os resultados obtidos foram analisados e computados para verificar se as percepções do profissional de comunicação estão em consonância ou não com o que diz Daniel Piza. No Apêndice A deste trabalho, encontram-se as informações sobre os entrevistados; no Apêndice B, o roteiro de perguntas; no Apêndice C, as transcrições e no Anexo A, as imagens dos entrevistados.

3. Apresentação, análise dos resultados e discussão

Após a realização das entrevistas e análises de cada entrevistado de modo individual, percebemos algumas tendências e padrões que nos ajudam a entender melhor o contexto atual da cobertura de festivais de música e o papel do jornalismo cultural, bem como as categorias de análises, a partir das considerações dos profissionais de comunicação. De imediato, identifica-se que a ideia do jornalismo como mediador social no campo da cultura é um tanto fluida na percepção das experiências destes jornalistas.

Cobertura dos Festivais

Quando se trata da cobertura dos festivais, a primeira tendência identificada é de que os jornalistas relatam a cobertura desses eventos como experiências marcantes, vivências inesquecíveis e alguns fazem relatos que expressam uma certa catarse, como menciona Ferreira (2024): "incrível, incrível, incrível. E ali eu tive a oportunidade de entrevistar artistas que eu acompanho, que eu admiro... que experiência única conversar com essa galera e entender qual mensagem que eles estavam querendo passar naquele show". Há aqui uma dimensão que expressa uma certa sedução e fascínio de estar próximos às celebridades fazedoras de cultura, em algum momentos ao lado de seus ídolos. Neste momento da entrevista é onde há mais adjetivações no texto, como "incrível, fantástico." Ao mesmo tempo, que Alexandre (2024) relata uma problemática do campo cultural, "eu vejo muito o jornalista fazendo post babando o ovo do artista, para continuar com a chamada para o festival do próximo ano. Então, assim, teve pouquíssima crítica fazendo o jornalismo de verdade." É o que leva a pessoa a cumprir, geocultural, não é necessariamente o interesse pela falta de cultura, mas muito mais a possibilidade de estar próximo das celebridades. Isso transpassa em várias respostas.

Além disso, quando questionado sobre como eles enxergam o motivo do público frequentar os festivais, se a música sobrepõe ou é a experiência como um todo, grande parte dos entrevistados apontaram que a experiência do festival está diretamente relacionada com as redes sociais e a necessidade em vivenciar e mostrar aquilo para o seu âmbito social. "Cara, eu acho que tem a música, mas talvez a maior força que eu vejo hoje, principalmente por causa das redes sociais e tal, seja a experiência de estar lá e poder contar que esteve lá." (GUEDES, 2024). Ao mesmo tempo em que Reis (2024) conta: "a pessoa vai lá porque é

legal estar no Lollapalooza, é legal se vestir pro Lollapalooza, é legal ver as pessoas do Lollapalooza... as ativações vão fazer parte, elas vão ter já a cara do evento. Então eu acho que as pessoas vão pela experiência global de fazer parte do que é um evento Lollapalooza."

Cultura

No quesito cultura, outra tendência é o que cada pessoa entende por cultura. Há uma certa imprecisão na definição de cultura muito por conta que a vivência de cultura é a experiência de estar próxima a estas celebridades e as suas expressões públicas no festival. É como ver o show dentro do palco. É um momento em que os jornalistas mais apresentam dificuldades de definir uma posição. Por isso, as definições ficam vagas, "acho que tudo é político" ou ainda "todo comportamento humano vai ser cultura." O jornalista expõe como entende o termo e como ele está relacionado com a música:

Cultura é a forma como um povo, uma sociedade, se expressa coletivamente. Eu acredito que cultura não é algo individual, não é uma experiência isolada; cultura é uma experiência coletiva. Assim como as pessoas juntas fazem a cultura acontecer, a cultura também inspira e move as pessoas. É uma grande roda, e comecei a perceber isso com mais clareza trabalhando em festivais e frequentando alguns no exterior, nos Estados Unidos e na Europa. Eu via que as pessoas se conectam de uma forma diferente; a música tocava nelas de maneira distinta. Não que fosse melhor ou pior, mas era diferente. (GUEDES, 2024)

Entretenimento versus erudição

No campo do entretenimento versus erudição, também se dificulta a discussão. As respostas tangenciam entre que há uma tendência do público em preferir o entretenimento e que esta passagem de um para outro depende da habilidade e competência do jornalista. Um ponto importante a ser destacado foi a jornalista Yolanda Reis ter dito sobre a importância da fundamentação teórica para compor o jornalismo cultural, como o estudo de antropologia, a fim de se ter uma fundamentação um pouco mais densa nessa área cultural. Por isso, se pode identificar que não há posição muito bem sustentada entre a defesa da erudição ou de entretenimento. As redes sociais também impactam a experiência do público em um festival e a discussão se amplia quando incluímos a posição do jornalista e do público nesta cobertura. Guedes (2024) reforça o sentimento do público. "Acho que a gente—e eu me incluo nisso—consume as coisas de uma forma muito diferente hoje em dia, né? Pelas redes sociais", ao mesmo tempo que Reis e Alexandre trazem aspectos do jornalismo para lidar com a

erudição e o entretenimento. "Se você for um jornalista habilidoso, você consegue, quando você trabalha com a cultura, você vai encontrar maneiras de trabalhar de diversos modos e com diversos assuntos e mesmo assim gerar o interesse da pessoa." (REIS, 2024). Alexandre (2024), por sua vez, questiona a função do jornalismo cultural num mundo onde a informação circula muito mais rapidamente e de forma mais democrática e responde:

Eu continuo acreditando no que sempre acreditei: o jornalismo cultural serve para atribuir valor e fazer parte desse ecossistema. Mas não acho que o público em geral pense assim, e nem que os artistas pensem assim. Os artistas acham que estamos lá para divulgar os trabalhos deles e interferir o mínimo possível no que eles querem comunicar ao público. E o público, em geral, também pensa assim. É um erro de ambas as partes. (ALEXANDRE, 2024)

A jornalista Ferreira (2024) conta que isso tem a ver com o público que consome:

Cara, eu acho que depende muito da pessoa. Isso depende muito de quem vai ler. Porque existe o público que vai optar realmente por essa parte mais leve, tipo o vídeo do TikTok com a lama do Lolla, todo mundo tentando entregar look, e não consegui me entregar look, e vai ter uma galera que vai olhar esse tipo de conteúdo e fala, cara, não é isso que eu quero ler, eu não fui no festival, e eu gostaria de entender como é que foi, eu queria uma abordagem mais crítica, qual música faltou, ou por que foi selecionada tal música, e depois na sequência logo veio outra, qual foi, o que potencializou para criar esse tipo de playlist, se foi deixado alguma mensagem ali, se verbalizou algum assunto que está em alta no momento. Então, eu acho que depende muito do público. (FERREIRA, 2024)

Nacional versus internacional

Em relação a questão nacional ou internacional, a discussão tende a uma ideia vaga de que o público prefere o internacional mas não se deve criar fronteiras intransponíveis entre ambos. Na terceira entrevista, Alexandre (2024) conta sobre o papel do jornalismo musical na expectativa do público: "boa parte do jornalismo musical brasileiro era baseado em ter acesso privilegiado a discos que ainda não haviam sido lançados aqui, ou a shows que certamente não passariam pelo Brasil, fazendo com que o público sonhasse com aquilo."

Os jornalistas Antunes (2024) e Guedes (2024) contaram suas experiências na produção de um festival.

Você pode usar a máquina para o bem. Eu sabia que eu já tinha um festival que já tinha os headliners. Eu já tinha Arctic Monkeys, eu já tinha Mitski, eu já tinha Bjork, eu já tinha Lorde, eu já tinha vendedores de ingressos. Depois disso, eu pude fazer o festival dos

meus sonhos. Um festival com artistas que eu acreditava, gente que podia receber a oportunidade de tentar o peso de vender ingresso, que é o que a pessoa coloca em qualquer e receber um cachê justo. (ANTUNES, 2024)

Já vi muitas vezes, ao longo de todos esses anos trabalhando com festivais, artistas internacionais terem destaque na programação e, logo em seguida, um show de um artista nacional, duas horas mais cedo e com um público menor, acaba sendo muito mais impactante. Acho que esse show poderia gerar um diálogo muito mais interessante com o público brasileiro, que teria uma conexão mais íntima com aquela música. Afinal, estamos falando de artistas que produzem música com um público brasileiro em mente, ao contrário de artistas internacionais que trazem sua música de fora para cá. No Lollapalooza deste ano, houve uma mudança na gestão e algumas coisas foram alteradas. Por exemplo, vimos Gilberto Gil tendo um horário de destaque, e os Titãs também tiveram destaque. No entanto, artistas mais novos ainda não têm esse espaço. E eu sinto que os artistas independentes, pequenos e médios no Brasil, enfrentam muita dificuldade para chegar a um público maior. (GUEDES, 2024)

Reportagem versus crítica

No campo da reportagem versus crítica, a ideia de crítica cultural ainda está no campo da opinião sobre eventos ou produtos e não da análise, pois apenas um jornalista entrevistado ressalta a importância do embasamento para a crítica. "Hoje, há uma sensibilidade exacerbada, onde qualquer comentário menos elogioso sobre um artista popular pode gerar uma onda de ataques nas redes sociais" (ANTUNES, 2024). O Alexandre (2024) destaca: "Não tem mais crítica. Porque hoje vivemos em um mundo de hipersensibilidade e falta de entendimento do papel cultural do jornalismo". A segunda entrevistada trouxe sua percepção: "e uma das coisas que mais vai engajar é quando eu não gosto de um show e eu falo mal de um show. E é meio que talvez guiar a pessoa para ela própria analisar os filmes, as coisas que ela está vendo, que ela está consumindo." O Guedes (2024) argumenta: "Eu sempre gostei da crítica embasada, que me traz informações, contexto e, a partir disso, oferece uma opinião. Aí, eu tenho a liberdade de concordar ou discordar dessa opinião."

Síntese

Em síntese, podemos pensar na seguinte hipótese: a centralidade do jornalismo cultural em cobrir eventos como festivais de música e não haver um entendimento sobre o papel da cultura na sociedade brasileira, que transcende os eventos, mas os incorpora, dificulta a construção conceitual do que é cultura e outros desdobramentos. Observa-se entre

as análises das entrevistas que não há padrões de respostas sobre as categorias estudadas, cada indivíduo possui sua própria interpretação, a partir da vivência pessoal e profissional, isso inclui o contexto geracional de cada um, o que se correlaciona com a fundamentação teórica desta pesquisa. Em contrapartida, o que se tem em comum com todos entrevistados é o consumo e a apreciação de conteúdos culturais, para além do âmbito profissional.

4. Considerações finais

A pesquisa mostrou a realidade da cultura como ela é: fluida e não precisa. Pesquisar sobre cultura é compreender o mundo sob diferentes visões e realidade e isso é o mais encantador. Durante a fundamentação teórica, a discussão do conceito ficava somente no campo ideal, com as teorias de Chauí, Santos, Piza e Traquina. Ao longo das entrevistas e após suas respectivas análises, identificamos qual é a realidade hoje, a partir das percepções dos profissionais da comunicação, o que nos leva a refletir sobre a teoria e a prática, onde o conhecimento e as diretrizes estudados teoricamente podem parecer claros. No entanto, com as vivências e as nuances da vida real, tais idealizações são desfeitas, pois a teoria indica que a produção cultural tem a finalidade de refletir sobre as relações humana para o desenvolvimento da criticidade, porém, o que se vê, em alguns casos, é o veículo de comunicação apresentando apenas tendências que o mercado valoriza e impõe.

Ao longo do diálogo sobre o conceito de cultura, houve uma certa imprecisão na definição de cultura, muito por conta da experiência de cada pessoa, e como cada um carrega uma expectativa em realizar as coberturas de festivais. O fato de estar próximo dos artistas que o jornalista admira impacta a sua percepção e fica no campo de estar próximo às celebridades, ao invés de cobrir o evento com o viés cultural e reflexivo, como apresenta as teorias.

Em relação à cobertura dos festivais de música, a primeira tendência identificada é de que os jornalistas relatam a cobertura desses eventos como experiências marcantes, vivências inesquecíveis. Então, um dos motivos possíveis, porque isso acontece, é o fascínio. O fascínio está nessa dimensão da celebridade.

No campo do entretenimento versus erudição, o resultado é de que há uma tendência do público em preferir o entretenimento e que esta passagem de um para outro depende da habilidade e competência do jornalista, associado também à Piza que diz que a linha tênue entre os dois é o modo como as pessoas entendem cultura.

Na categoria nacional versus internacional, a discussão tende a uma ideia vaga de que o público prefere o internacional mas não se deve criar fronteiras intransponíveis entre ambos.

Em reportagem versus crítica, a ideia de crítica cultural ainda está no campo da opinião sobre eventos ou produtos e não da análise, pois apenas um jornalista entrevistado ressalta a importância do embasamento para a crítica, enquanto Piza entende que a crítica está mais voltada para defender a opinião do jornalista sobre o produto, com base em argumentações fundamentadas.

Esta pesquisa teve como objetivo entender como ocorre a cobertura jornalística em um festival de música e se as percepções dos profissionais estão em consonância com a teoria estudada por Piza. Observamos que cada entrevistado possui um contexto e uma visão sobre o tema. As percepções do profissional de comunicação se associam com o que diz Daniel Piza, mas não há uma concordância absoluta, pois o mercado e o capital impactam na função do jornalista e no trabalho executado que ele desenvolve para o veículo de mídia.

Ao mesmo tempo em que a relevância desta pesquisa se deu com as entrevistas, onde cada entrevistado teve a liberdade de expor seus pensamentos e eles foram estudados de forma individual.

Por fim, percebemos que assim como a teoria de cultura, durante os estudos teóricos, ela segue tendo múltiplas interpretações. Em relação aos festivais musicais, no campo do jornalismo cultural, não podemos limitar o jogo cultural meramente por causa do espetáculo. Não é só o show, o espetáculo, não é apenas isso. Tem que ir além. Porque quando limita-se a dimensão do espetáculo, cria-se armadilhas que podem dificultar os jornalistas que querem construir algo mais embasado.

A pesquisa abre um leque de possibilidades para estudos futuros com base nas considerações apresentadas. É possível analisar cada categoria de forma individual, aprimorando a compreensão de cada campo dentro do jornalismo cultural.

Referências bibliográficas

ALEXANDRE, Ricardo. Entrevista concedida a Geovanna Caroline Silva Ortiz. Online, 8 ago. 2024.

ANTUNES, Pedro. Entrevista concedida a Geovanna Caroline Silva Ortiz. Online, 9 ago. 2024.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder: Uma análise da mídia. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006.

_____, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo: Editora Ática, 2000.

FERREIRA, Caroline. Entrevista concedida a Geovanna Caroline Silva Ortiz. Online, 7 ago. 2024.

GUEDES, Guilherme. Entrevista concedida a Geovanna Caroline Silva Ortiz. Online, 9 ago. 2024.

PIZA, Daniel. Jornalismo Cultural. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

REIS, Yolanda. Entrevista concedida a Geovanna Caroline Silva Ortiz. Online, 7 ago. 2024.

ROSE, Angeli. Jornalismo cultural: um exercício de valor. e-book. Ponta Grossa: Editora Atena, 2017. Disponível em: <<https://acervo-digital.espm.br/E-BOOKS/2021/384446.pdf>>. Acesso em: 10 de jun. 2024..

SANTOS, José L. O que é Cultura. 14°. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. Florianópolis: Insular, 2005

APÊNDICE A – Entrevistas

Caroline Ferreira

Caroline Ferreira é jornalista, com formação também em gestão e produção de eventos. Sua trajetória profissional iniciou durante o estágio em revistas e se expandiu para diversas áreas, incluindo agências de comunicação e televisão. Ao longo da carreira, atuou na área de celebridades, entretenimento e cultura, trabalhando para veículos como Terra, Metrôpoles, Toda Teen, UOL e Vogue. Atualmente, integra a equipe da CNN Brasil, no campo de entretenimento, com foco em moda e beleza.

Guilherme Guedes

Nascido e criado em Brasília, Guilherme Guedes é apresentador e jornalista do canal Multishow, vinculado à Rede Globo e especialista no ramo musical. Iniciou sua carreira na Rádio Band FM em Brasília cobrindo diversas pautas, entre elas, políticas. Em 2011, mudou-se para São Paulo à procura de oportunidades na área de jornalismo musical. Atuou no Portal Vírgula e Tenho Mais Discos que Amigos. Atualmente participa das coberturas dos principais festivais de música em rede nacional.

Ricardo Alexandre

Ricardo Alexandre é jornalista e escritor, com mais de vinte anos de experiência nos maiores grupos de comunicação do país. Foi repórter e crítico de música no “Estadão”, gerente de conteúdo na “Usina do Som”, diretor de redação das revistas “Bizz”, “Trip” e “Época São Paulo”. Participou da criação do primeiro projeto das Organizações Globo para a internet, a Somlivre. Escreveu e dirigiu documentários – entre eles “Napalm: O som da cidade industrial”, “Ronnie Von: Quando éramos príncipes” e “Sem Dentes: Banguela Records e a Turma de 94” – e produziu, escreveu e apresentou programas para a 89 FM de São Paulo. Na televisão, foi colunista de cultura da TV Ideal, da extinta TVA. Atualmente trabalha como redator do programa da Rede Globo "Conversa com Bial".

Pedro Antunes

Pedro Antunes é um jornalista especializado em música, com trajetória em veículos como O Estado de São Paulo e Rolling Stone Brasil, onde atuou como repórter, crítico e editor.

Ele também foi programador, curador e booker do festival Primavera Sound nas duas primeiras edições, em 2022 e 2023. Sua carreira na Rolling Stone Brasil foi marcada por duas passagens: a primeira como repórter durante dois anos, e a segunda como editor-chefe por mais dois anos. Entre essas duas fases, Pedro trabalhou como repórter de música e crítico de cultura pop no Estadão, um dos maiores jornais do país, onde atuou por cinco anos. Atualmente, é colunista do UOL Splash, o canal de cultura do UOL, onde aborda temas relacionados à música popular brasileira e outros assuntos que lhe interessam.

Yolanda Reis

Formada em jornalismo pelo Mackenzie em 2020, possui uma vasta experiência no ramo de entretenimento desde 2015, além de ter trabalhado com política e tecnologia. Apaixonada por história e política, almeja se tornar cientista social. Acumula passagens pela Rolling Stone Brasil, UOL, O Globo, Caras e Metropolitana. Detém uma ampla gama de habilidades, incluindo assessoria, relações públicas, social media, edição de texto e conteúdo, reportagem e docência.

APÊNDICE B – Roteiro das Entrevistas

1. Introdução e experiência

- ✓ Compartilha a sua experiência no jornalismo cultural e musical ao longo da carreira, os pontos de destaque.
- ✓ Como é a sua relação com o consumo de notícias sobre festivais de música?
- ✓ Qual é a sua percepção sobre a relação entre jornalismo cultural e festivais de música? Como você vê a cobertura jornalística influenciando a percepção e o sucesso desses eventos?

2. Cobertura de festivais de música

- ✓ Você já teve a oportunidade de cobrir festivais de música? Se sim, pode descrever alguns eventos que cobriu e como foi?
- ✓ Como você avalia a cobertura atual dos festivais de música no Brasil?

3. Consumo de informações pelo público

- ✓ Na sua opinião, quais são as motivações do público para consumir notícias sobre festivais de música? E para frequentar, é a música, as ativações ou a experiência como um todo?
- ✓ Como você percebe a reação do público às diferentes abordagens na cobertura de festivais de música, como as apresentadas na internet, na TV e no rádio? Existem formatos ou plataformas que parecem gerar mais engajamento?
- ✓ O que o público espera do jornalismo na cobertura de festivais de música? Quais são os aspectos mais valorizados pelos consumidores de notícias sobre esses eventos, e como você acha que o jornalismo pode atender melhor a essas expectativas?

4. Entretenimento vs. erudição

- ✓ Você sente que o público prefere uma abordagem mais leve e divertida ou uma análise mais profunda e erudita quando se trata de jornalismo cultural? Por que você acredita que essas preferências existem?

5. Nacional vs. internacional

- ✓ Como você enxerga a forma como a mídia retrata essas diferenças?

6. Reportagem vs. crítica

- ✓ Qual é o papel da crítica musical na cobertura de festivais?

7. Cultura

- ✓ O que é cultura para você?

APÊNDICE C – Transcrição das Entrevistas

As entrevistas foram realizadas por meio de videoconferência na plataforma Google Meet. Para manter o foco nas questões centrais, as respostas não foram transcritas na íntegra. Em vez disso, foram selecionados e destacados os trechos mais relevantes.

Entrevista 1 - Caroline Ferreira

Cobertura de festivais de música

"Eu cobri alguns festivais de música, eu acho que foi Rock in Rio, João Rock, Turá. Eu acho uma experiência muito bacana, é uma coisa que eu gosto muito de cobrir, porque, assim, especificamente, em todos os veículos que eu trabalhei, a gente fugiu um pouquinho daquilo de "como foi o show". A gente vai entender o que o artista espera a partir daquele show. Qual a mensagem que ele deseja passar a partir daquele setlist, daquela seleção musical, daquele ambiente, daquele palco, até do tipo de roupa que está usando. Eu acho que as experiências bacanas que eu tive tanto de entrevistar, eu acho que o mais incrível foi o João Rock, que me mostrou muito como a gente pode fazer festival no Brasil com música brasileira. É um festival no interior do Estado e foi assim, incrível, incrível, incrível. E ali eu tive a oportunidade de entrevistar artistas que eu acompanho, que eu admiro. Foi o caso do Emicida, da Pitty, Nando Reis, Criolo e eu acho que Céu, que eu entrevistei ali. Então assim, cara, que experiência única conversar com essa galera e entender qual mensagem que eles estavam querendo passar naquele show ali. A Pitty e o Nando Reis era um encontro da nova geração. O Emicida, o Criolo e a Céu, esse encontro ali do hip hop, do rap e toda a mensagem que eles transmitem para uma galera, porque o Emicida é um fenômeno e ele representa muita coisa para a comunidade negra. Então, acho que... eu sempre foquei em todas as entrevistas que eu fiz em qual era a mensagem."

Consumo de informações pelo público

"Cara, eu fiz tanto por portal de notícia quanto por redes sociais. Mas eu ainda acho que TV é uma coisa que vai muito bem. Muito bem mesmo. Até porque a transmissão é, na maioria das vezes, simultânea. Então, quem não tem a oportunidade de conseguir acompanhar, eu acho isso muito bom. Site, eu acho legal desde que não seja uma cobertura simultânea. Tipo, tal artista acabou de se apresentar e cantou tal.. Não. Tipo, algo pós. Uma entrevista pós. Eu acho

que funciona muito melhor ou alguma coisa assim. No Rio, eu fiz algumas entrevistas prévias sobre alguns artistas queriam se apresentar então faltando 15, 20 minutos que esse artista fosse entrar no palco, essa entrevista era liberada. Funcionava muito bem, claro que não era especificamente só sobre o show, mas trazer alguma alguma recordação ou alguma novidade, então isso funciona muito bem. Agora para site, simultâneo, eu acho que não funciona muito bem e rede social não sei. Porque assim, a pessoa acompanhou ali o show, ela não quer entrar no site, provavelmente. Ela não vai entrar no site pra ler exatamente aquilo que ela assistiu na TV. Então ela não vai querer ficar lendo um texto gigantesco sobre como foi o show de fulano e tal. Acho que isso não funciona muito bem. Agora, por exemplo, se você faz uma entrevista, ainda que seja prévia ou no pós, sei lá, como um bate-bola bem simples: o que você acha disso, disso, disso, daquilo, sabe? E mesmo que sejam coisas que não estejam relacionadas especificamente com o show. O que você... Sei lá, você prefere pizza ou hambúrguer? Sabe, uma coisa...Uma outra coisa. Aí o título é... Fulano de tal diz que prefere tal, tal, tal, tal, tal. E aí o nome dele vai estar... prendendo de qualquer forma e essa matéria ela vai se destacar entre as outras, porque o Google vai entender que tem um diferencial ali naquela matéria e vai colocar lá em cima."

Entretenimento vs. erudição

"Cara, eu acho que depende muito da pessoa. Isso depende muito de quem vai ler. Porque existe o público que vai optar realmente por essa parte mais leve, tipo o vídeo do TikTok com a lama do Lolla, todo mundo tentando entregar look, e não consegui me entregar look, e vai ter uma galera que vai olhar esse tipo de conteúdo e fala, cara, não é isso que eu quero ler, eu não fui no festival, e eu gostaria de entender como é que foi, eu queria uma abordagem mais crítica, qual música faltou, ou por que foi selecionada tal música, e depois na sequência logo veio outra, qual foi, o que potencializou para criar esse tipo de playlist, se foi deixado alguma mensagem ali, se verbalizou algum assunto que está em alta no momento. Então, eu acho que depende muito do público. Mas, assim, de forma geral, eu acho que o conteúdo mais leve acaba vendendo mais. Não que eu goste do outro. Eu acho incrível até, dependendo do assunto que eu vou ler, eu prefiro o outro. Mas eu sei que não é a maioria, sabe? Eu vejo por experiência, às vezes a gente faz um texto muito detalhado e que levou muito tempo para criar aquela pauta, entrevista um, entrevista outro e vai, vai, vai. E aí quando eu vou ver a quantidade de gente que entrou para ler essa matéria, é tipo minúscula e dá um

sentimento... muito triste de, tipo, meu Deus, eu perdi tanto tempo nessa matéria, e aí estão lendo uma matéria que eu fiz em, sei lá, meia horinha, peguei três stories do Instagram e é isso, sabe? E daí eu fico, gente, então vamos fazer isso. Então eu acho que é um desafio mesmo você tentar conciliar, né? Esse entretenimento versus a erudição da coisa, mas que também depende da forma com que cada pessoa consome, né? Os conteúdos. E acho que também tem uma outra coisa que eu acho que a gente acabou tendo um desafio muito grande, porque hoje em dia todo mundo é produtor de conteúdo, todo mundo escrever sobre tudo. E pessoas que não são jornalistas acabam, tipo, meio que ocupando esse lugar que não é deles, entendeu? Então, assim, acaba escrevendo uma crítica ou acaba fazendo uma thread no Twitter e ela vai muito bem, sabe? Não é que as pessoas não possam fazer isso. Tipo, cara, que legal. Ou você fez um conteúdo que foi muito bem. Só que eu acho que tem que tomar um cuidado para não... não ultrapassar, sabe? Essa margem, as pessoas acharem que aquilo, de fato, é a notícia. Sendo que a gente se formou para isso."

Nacional vs. internacional

"Eu acho que obviamente quando tem uma atração internacional ela é muito maior. Claro que não dá para comparar na questão festivais em dimensões muito diferentes, mas, por exemplo, Rock in Rio e o João Rock. Eu falo do João Rock porque eu acho que é um festival muito bom. Eu acho que sim, quando é um festival internacional, a divulgação acaba sendo muito maior porque existe essa expectativa de uma programação com artistas que tá vindo no país pela primeira vez ou que há muito tempo também não vem, então tem uma expectativa muito grande, ou que vai fazer uma série que era muito aguardada. Então, acho que acaba a divulgação sendo muito maior, sim. Mas eu acho que, por exemplo, alguns veículos independentes de jornalismo, eles abrem bastante espaço para outros festivais menores, relativamente e uma programação nacional. Então, eu acho que dá para ter uma escapatória e uma alternativa nesses outros veículos."

Reportagem vs. crítica

"Nesse festival, no dia que eu participei da entrevista com a Emicida no João Rock, teve uma galera também da Ilustrada, e as perguntas que eles fizeram eram completamente diferentes das que eu fiz. Era uma coisa muito mais... Todo mundo podia fazer três perguntas ao caso da jornalista, e as perguntas delas não podiam, obviamente, se conciliar, porque não

fazia sentido. E as perguntas que eles fizeram eram bem diferentes das minhas. As minhas eram voltadas à mensagem e tudo mais, e ali tinha até, sei lá, qual o tipo de guitarra que estava sendo utilizada no palco. Mas é aquilo, eu acho que depende muito do público que acompanha esse tipo de conteúdo, eu acho que para a massa em geral, não é o conteúdo que funciona bem."

Cultura

"Cara, eu acho que cultura é política, não tem como. Acho que tudo é político. Não tem como a gente desassociar as coisas. Então, quando a gente pensa em arte, a gente está pensando em política. Quando a gente pensa em moda, a gente está pensando em política. Tudo é político e tudo tem uma mensagem. Então, assim, se for um festival que não diz nada com nada, não é uma coisa que vai me chamar tanta atenção. Cara, eu acho que pensando em todos os valores que eu carrego, a minha frase de vida é: cultura é tudo aquilo que toca a alma. Não que se não me tocar a alma não vai ser cultura, mas dentro dos meus conceitos é tudo aquilo que toca a minha alma. Seja de uma forma positiva, que é muito bom, é maravilhoso. Mas às vezes também pode ser algo negativo, que vai me deixar triste, que vai me fazer chorar, que vai me fazer resgatar memórias da infância."

Entrevista 2 - Yolanda Reis

Cobertura de festivais de música

"Eu acho que a primeira coisa que a gente tem que pensar é definir os tipos de festival que a gente tem. A gente tem os festivais grandes, que vão ser principalmente Lolla Rock in Rio, Tomorrowland. E aí também, por exemplo, o Primavera Sound já é um pouquinho maior que o médio, sabe? E a gente tem os festivais menores e locais, mas ainda bastante populares. Minas Gerais tem bastante festival assim, tem o Sarará. Não vou lembrar quase nenhum de nome agora, mas que são, tipo, em Minas vão ter muitos artistas de Minas. Vão ter alguns outros do Brasil, mas... E esses são artistas conhecidos, mas ao mesmo tempo é um festival menor. E normalmente em São Paulo eles não existem tanto, porque tudo em São Paulo é gigantesco. Então, enfim, mas sei lá, os festivais de BH, por exemplo, todos os que eu fui, tinha 50 mil pessoas, que é um show aqui em São Paulo. Acho que a primeira divisão é essa, esses grandes festivais, os festivais um pouco menores, e os festivais mais cult, que são... outro nicho completamente diferente. O festival virou uma experiência no geral. Eu acho que as

peças vão pelo pacote do festival. Então, por exemplo, você vai no Lollapalooza, você vai sim pelos artistas. Muita gente é fã. Mas a maioria das pessoas nem é tão fã, sabe, assim, que vão morrer pelo show. Mas a pessoa vai lá porque é legal estar no Lollapalooza, é legal se vestir pro Lollapalooza, é legal ver as pessoas do Lollapalooza. Querendo ou não, as ativações vão fazer parte, elas vão ter já a cara do evento. Então eu acho que as pessoas vão pela experiência global de fazer parte do que é um evento Lollapalooza. Mesma coisa com Rock in Rio também."

Consumo de informações pelo público

"Bom, a época do festival é um estouro assim, fora do normal. Os maiores festivais, e eu acho que aqui só Lolla e Rock in Rio, vão ser dois festivais que vão entregar bem o ano inteiro. Então, por exemplo, o Lolla acontece em março. Se em novembro eu soltar alguma notícia sobre o Lolla, vai ter um bom acesso, vai ter uma boa procura. Mas se eu soltar uma sobre Primavera Sound, que já é um intermediário, que é ainda grande, não vai ser tão mais procurado. Eu acho que quando as pessoas começam a falar dele, que tá chegando, mais propaganda, está andando na rua tem um outdoor, coisas assim, aí começa a ser mais procurado. Mas as pessoas só vão consumir notícias de festival mais perto. Para ter noção, quando eu fiz eu não sei que ano que foi mas o Lollapalooza da Rosália, eu acho que foi 22, não sei, mas enfim. Eu estava trabalhando no UOL e estava tendo o Brasileirão. O Brasileirão sempre foi campeão de audiência do UOL, foi a coisa mais linda da história do UOL. E a música estava logo atrás, as notícias musicais estavam sempre em segundo ou terceiro lugar de mais lidas do UOL, normalmente as mais lidas do Brasil, isso é uma coisa que... Nunca aconteceria no normal, assim, nunca, nunca. Não, a música não estaria nem fora. E ela estava na segunda mais lida, sabe? É uma coisa de louco, assim, o aumento de consumo durante os festivais. Eu acho que também tem uma diferença entre o que o público espera e o que dá audiência. Eu não sou muito de fofoca, nunca gostei de escrever fofoca, então eu sempre tentei fazer análise de show. Então as minhas notícias são análises de shows, basicamente. É o que eu mais faço em festival. E uma das coisas que mais vai engajar é quando eu não gosto de um show e eu falo mal de um show. Porque aí as pessoas vão cair. Quem não gosta, clica pra ler, pra pensar nossa, realmente. E quem gosta, clica pra ficar indignada com o que eu escrevi. E aí, tipo, eu acho que o que mais engaja vai ser essas questões de opinião mesmo. Mas aí é isso, depende do espaço."

Entretenimento vs. erudição

"É uma pergunta profunda. Assim, eu acho que, na verdade, se você for um jornalista habilidoso, você consegue, quando você trabalha com a cultura, você vai encontrar maneiras de trabalhar de diversos modos e com diversos assuntos e mesmo assim gerar o interesse da pessoa. Então, é isso, a pessoa pode querer ser muito mais, é muito mais divertido saber sobre a lama, sobre as bagunças que sempre tem, mas já tiver um atrativo muito... um gancho ali muito legal e ela vai prestar atenção no que eu disse no começo, isso vai fazer ela ver até o final. Espero, né? É o que a gente espera. Mas eu acho que, assim, é possível você falar de ambas as questões ali, mas a... Isso, mas também é possível você falar do jeito mais... das coisas mais profundas, assuntos mais... Mas mesmo porque também na faculdade de jornalismo a gente aprende, e é uma coisa que realmente leva que o melhor jornalista, o melhor escritor é quem consegue falar das coisas mais difíceis com uma idosa e com uma criança de 5 anos. E é isso, sabe? Trazer qualquer tema para qualquer pessoa. Acho que isso é muito importante no geral para o jornalismo e para a cultura também."

Nacional vs. internacional

"Eu acho que antes da gente falar como jornalista, eu acho importante falar como os festivais tratam, porque isso, querendo ou não, vai influenciar muito na mídia. Eu fiz uma crítica para o UOL sobre isso, inclusive eu veria essa semana, por um motivo X, mas falando dessa ideia de que... E era do Lolla. Eles têm a linha deles. Eles vão colocar os artistas menores... tendem a ser artistas brasileiros no começo da noite. E os artistas vão crescendo até o final da noite. Isso, na minha cabeça, faz sentido numa sexta-feira em que as pessoas estão trabalhando. Mas num sábado que as pessoas vão se dedicar para esse festival, eu acho que eles estão nitidamente desvalorizando o artista brasileiro. Porque, vamos supor, vai tocar lá Billie Eilish e a Rosalía. A Billie Eilish foi maior que a Rosalía. Se eles colocarem a Rosalía no terceiro show, imagina a volta do celeiro Lollapalooza. Elas iam assistir outros shows depois, enfim, do MC Cabelinho, elas iam assistir os shows dos brasileiros, porque ninguém vai embora só porque a Rosalía já tocou. E eu acho que essa é uma coisa que poderia ser melhor equilibrada, sabe? E aí o pessoal segura muito, né, então chega no final do festival e muita gente vai até vai embora, no domingo, no sábado, em decorrência disso. Aí acaba tendo essa divisão de artista brasileiro primeiro para ao menos que a gente vai assistir internacional vai

poder fazer para mais público e aí é nitidamente isso já vai impactar no interesse das pessoas, porque as pessoas não estavam lá para ver o artista brasileiro. Elas não estão ligando. Então eu acho que também influencia muito isso. A gente vai acabar focando mais nos internacionais, porque eles têm mais atenção geral, do público, do festival e tudo mais. Desde a divulgação até ali o festival como um todo. Headliner é lá embaixo. Ninguém enxerga."

Reportagem vs. crítica

"Eu acho que o papel da crítica cultural, no geral, não mudou desde que ele começou, na minha opinião. E é meio que talvez guiar a pessoa para ela própria analisar os filmes, as coisas que ela está vendo, que ela está consumindo. Quando a pessoa vai ler uma crítica, ouvir uma crítica, eu, pelo menos, assumi esse exercício, e eu já vi que fazem muito, fizeram com os meus textos, eu vivia sendo xingada no Instagram por tudo. Mas o que acontece é, você está lendo, e se você concorda, você começa a pensar mais no assunto. E se você discorda, você vai desenvolver sua própria versão de crítica ali. Eu acho que o papel da crítica é esse, meio que apresentar para a pessoa possibilidades de expandir o pensamento sobre o que ela está consumindo. Tá. Bom, isso eu acho que é uma coisa que mudou muito nos últimos anos.."

Cultura

"Bom, eu posso ter uma visão um pouco enviesada, porque eu estudo ciências sociais, então eu estudo antropologia, eu estudo sociologia, mas eu acho que absolutamente tudo é cultura. Todo comportamento humano vai ser cultura. E a gente chama de jornalismo cultural, obviamente vai falar sobre um tipo de cultura, mas não é um jornalismo sobre cultura em si. Ele é um jornalismo, tanto que eu uso mais o termo jornalismo de entretenimento do que o termo jornalismo cultural."

Entrevista 3 - Ricardo Alexandre

Cobertura de festivais de música

"Fiz a cobertura de diversos festivais. Acho que o primeiro foi o Hollywood Rock, e aí você vai ter que descobrir a data para usar minha frase, mas é aquele baixo em palco que eu já estava trabalhando. Particpei da cobertura do festival nos anos 90, quando a circulação de informação era mais limitada. Para um jornalista, estar em um festival era estar em contato com toda uma geração de artistas que renderia pautas para os anos seguintes. Eu lembro, por

exemplo, de um dia em um festival em que assisti ao Underworld ao vivo, no ano em que eles se tornaram gigantescos por causa de "Born Slippy" na trilha de "Trainspotting". Eu lembro de ter visto Sonic Youth pela primeira vez e de ter conhecido o Tortoise, que, dali a pouco, seria a banda de acompanhamento do Tom Zé. Quero dizer, nesse sentido, que era como se você estivesse, de fato, indo a um festival de cinema ou de publicidade. Era um lugar onde você realmente tomava contato com as tendências. Era importante para um jornalista estar ali, porque ali iria entrar em contato com muita gente e isso se tornaria importante para a profissão. Hoje mudou porque o artista que lançou um álbum na Escandinávia numa quarta-feira, 2 de agosto, exatamente à meia-noite, você vai ouvir o disco aqui no Brasil também, né? Por outro lado, você tem sempre essa interface das redes sociais, né? E eu tenho dúvida se essa interface é justa. Eu acho que é impossível ser somente a música, pois você sempre traz informações paralelas, seja a iluminação do palco, o ambiente da casa noturna, a capa do disco, ou o ambiente onde você está quando ouve a música. Sempre há algo interferindo no seu julgamento, né? Eu me perguntei: por que um jovem inglês, que pode assistir àquelas bandas em lugares melhores, com som melhor, em condições melhores o ano inteiro, se movia até um pasto com lama, exatamente, para participar de um festival? Era uma pergunta que eu sempre me fazia numa época em que a circulação desses artistas no Brasil era bem mais limitada, né? Bom, então eu entendi porque o brasileiro ia para o pasto para assistir a uma banda que ele não conseguia ver de outra forma, né? Mas por que esse jovem europeu, que tem acesso a esses artistas o tempo todo, faz isso? Eu pensei que era pelo evento, pelo caso do evento. A questão é que esse entendimento de evento mudou muito, né? A ideia de que você, de fato, vai para o evento independentemente da música, e a ideia de que você vai para o evento apesar da música, é muito forte hoje em dia. E eu acho que isso não acontece só no Brasil, não, viu? Ainda existem festivais de música em torno da música, mas eu acho que a maior parte deles já abriu mão disso. Agora, também não posso falar com tanta propriedade, porque faz muito tempo que eu mesmo não vou a um festival. Este é um ponto interessante e impressionante para mim, pelo menos. Eu acho que existe um gap entre o que o público espera do jornalista e o que ele oferece, aquilo para o qual ele deveria ser feito. Em geral, as pessoas esperam informação, e isso é o beijo da morte para o jornalismo cultural. Essa ideia, partilhada por muitos jornalistas, é o beijo da morte porque, hoje, você tem informação ou informação por outros meios. Eu acho que cresceu também no Brasil, nos últimos anos, esse mito do jornalismo imparcial, o jornalismo sem viés, como as pessoas dizem, 'desviezado'. É um mito,

isso. Mas a minha batalha é a de defender o jornalismo cultural como um gerador de cultura. O jornalismo cultural serve para dar subsídio cultural à arte da qual ele está tratando, para transformar manifestações pessoais em arte, e para fazer a ponte entre a arte e a vida das pessoas."

Entretenimento vs. erudição

"Eu acho que não é exatamente uma questão de participação no mundo da arte. Isso não é uma teoria minha; é uma teoria do Arthur Dante, aquele filósofo americano. Ele diz que a diferença entre uma manifestação e o que faz a arte ser arte é o mundo da arte e como o público consome isso. O público é o 'gatekeeper' para o momento de mudança. O público é uma parte disso, os curadores são outra parte disso, os galeristas, os marchands, e os jornalistas de cultura também fazem parte dessa grande engrenagem. É o que ele chama de 'art world'. A ideia de que você vai simplesmente comunicar com o público, abrindo mão da sua função nesse ecossistema, é, na minha visão, problemática. O Brasil, sendo um país distante do centro de produção de arte e música, sempre teve um jornalismo baseado no acesso à informação. Os grandes jornalistas ou radialistas eram pessoas que viajavam muito para fora e traziam coisas de primeira mão. Boa parte do jornalismo musical brasileiro era baseado em ter acesso privilegiado a discos que ainda não haviam sido lançados aqui, ou a shows que certamente não passariam pelo Brasil, fazendo com que o público sonhasse com aquilo. Eu sonhei muito com isso. Mas, no momento em que você tem facilidade de acesso a álbuns recém-lançados no mundo inteiro, teoricamente de graça, e pode entrar nas redes sociais e ver praticamente em tempo real a estreia da turnê nova do seu artista favorito na Austrália, para que serve o jornalismo cultural? Essa é uma pergunta que eu tento responder. É uma pergunta fundamental. Eu acho que ainda há esse descompasso. Para que serve o jornalismo cultural num mundo onde a informação circula muito mais rapidamente e de forma mais democrática? Eu continuo acreditando no que sempre acreditei: o jornalismo cultural serve para atribuir valor e fazer parte desse ecossistema. Mas não acho que o público em geral pense assim, e nem que os artistas pensem assim. Os artistas acham que estamos lá para divulgar os trabalhos deles e interferir o mínimo possível no que eles querem comunicar ao público. E o público, em geral, também pensa assim. É um erro de ambas as partes."

Nacional vs. internacional

"Não. Eu acho que, sim, podemos desenvolver um pouco melhor esse assunto, mas, por outro lado, se você for pensar no sentido da palavra 'atração', no sentido lato da palavra, como aquilo que nos atrai, aí eu vejo de outra forma. Sabe por quê? Porque eu imagino que quero ir ao festival para ver uma banda que não consigo ver rotineiramente no Espaço das Américas, sabe? Nem chama mais tanta atenção. Então, não sei como seria diferente agora. Acho que alguns festivais têm promovido encontros para dar esse caráter de exclusividade ao artista brasileiro. Por exemplo, neste festival, o Caetano vai tocar com Gil, ou aqui vai ter o Amaro Freitas tocando Djavan, sei lá... Gil encerrando sua carreira no Festival. Tem muito disso. Hoje em dia, os artistas brasileiros têm encontrado essa solução. E, sim, é uma forma de gerar esse interesse, essa atração. É isso."

Reportagem vs. crítica

"Não tem mais crítica. Porque hoje vivemos em um mundo de hipersensibilidade e falta de entendimento do papel cultural do jornalismo, sabe? Então, não existe a menor possibilidade de você fazer uma crítica a um artista com mais de 50 anos sem ser acusado de etarismo, ou de fazer uma crítica a um artista cuja carreira é firmada numa agenda ideológica de homofobia, transfobia, racismo, e todas as coisas das quais esses artistas se ancoram. Não acho que seja possível fazer uma crítica devida a toda uma geração de artistas brasileiros que se ancoram no vitimismo e numa agenda. E eu não quero comprar essa briga. Tem uma questão de idade, e eu cheguei a pensar em escolher nossas batalhas, né? Cheguei a pensar recentemente em criar uma newsletter para fazer análise de discos. Não vejo como. Como você vai criticar um disco? A menos que você diga que tudo é incrível, tudo é maravilhoso."

Cultura

"Então, é o que a gente faz. Não é só o que a gente faz; é o jeito que a gente faz. A cultura da cana-de-açúcar, planta cana-de-açúcar que vira o pó branco que vicia e destrói todo o solo. Aí está, é o que a gente faz, do jeito que a gente faz. Eu acho que é isso. E a música pode ser, ou deveria ser, um aglutinador, um sinal da nossa cultura, um provocador, gerador e um retrato da nossa cultura. Acho que é isso. Eu tenho certeza que é isso. Não por mim, não. É muito disso. E, cara, uma dúvida que eu tenho é, com tanto tempo de experiência, a cultura e a música ainda te tocam? Sim, o tempo todo, profundamente. Mas eu acho que é o seguinte: agora não é só a cultura e a música, é a vida. E é esse olhar, né, sobre o papel da música na

vida. Eu sempre conto a história de como fui despertado para esse assunto. Foi olhando a capa do Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band dos Beatles quando era pequeno, e o violão tinha a capacidade de morrer. Aí, misteriosamente, eu fiz toda a conexão entre o mundo da arte e a vida. Depois, fui descobrindo que havia o Peter Blake, um dos maiores artistas plásticos da história, e a produção do disco, que tinha um som que só os cachorros ouviam, e aquilo abriu uma... a fronteira. É a fronteira que o Danto chama de 'mundo da arte', né? Para todos esses personagens que estão para além da música. O fato de que a música, a arte, isso tudo é o que me atrai. E eu acho que até hoje é isso. Então, o que me atrai na música é a vida que a música simboliza. Por ela ser tão permeável, por ela ser tão penetrante, né? A música está nos filmes, a música está nas novelas, a música está na academia, a música está em toda parte, muito mais do que o cinema, muito mais do que a pintura ou a escultura."

Entrevista 4 - Guilherme Guedes

Cobertura de festivais de música

"Cara, eu acho que tem a música, mas talvez a maior força que eu vejo hoje, principalmente por causa das redes sociais e tal, seja a experiência de estar lá e poder contar que esteve lá. E muitas vezes isso é colocado de forma negativa, né? A pessoa só quer ir para postar algo. Lógico, lógico. Não acho legal quando algo que é tão importante para mim e para você também, que é a música, é esvaziado. Eu odeio chegar em um festival ou show que eu estou amarradão, e ter uma pessoa ao lado que está cagando, só tirando selfie. Acho que também tem um lado positivo nisso, talvez romantizando um pouco ainda, mas isso acaba levando as pessoas a viverem aquela experiência. Hoje em dia, você tem festivais no Brasil em que as pessoas vão muito mais, às vezes, pelo festival do que por um artista específico. Claro, sempre tem um headline ou outro que chama a atenção, mas é a experiência do festival. A pessoa vai para o Koala, vai para o Lollapalooza, vai para o Rock in Rio porque quer viver aquilo ali, quer estar ali. Essa é uma tendência que rolou no mundo inteiro e que, aqui no Brasil, também se consolidou. O festival desenvolve um perfil, uma identidade, e atrai as pessoas que se conectam com aquilo ali. Então, vejo que um festival como o Rock in Rio tem um público diferente de um festival como Lollapalooza, de um festival como Primavera, de um festival como Koala. São festivais com propostas diferentes e que atraem públicos diferentes, e vão fidelizando as pessoas a partir daí. E aí as pessoas, às vezes, veem nas redes sociais um amigo, alguém que gosta, que foi lá e falou, ou às vezes até um influencer que foi lá e disse:

"Pô, esse festival parece maneiro, ano que vem eu vou." E aí a coisa vai se construindo a partir daí. Eu, pessoalmente, hoje em dia, gosto mais de assistir a shows pequenos do que grandes festivais, porque acho que essa experiência dos grandes festivais às vezes despersonaliza um pouco. Às vezes, você está lá porque quer, só que é tanta coisa acontecendo, é tudo tão grande que você não consegue absorver. Eu lembro que no Lolla de 2022, talvez, teve a Miley Cyrus, e, cara, estava assim, completamente abarrotado de gente. Eu tinha feito uma gravação em uma outra área do autódromo, e aí ela fechou lá a parte do backstage, e eu fui por fora assistir. Era tanta gente, e eu estava tão cansado, que, para mim, teria sido melhor estar em casa, vendo pela TV. Então, esse é o maior problema desses festivais grandes, assim, quando eles de fato ficam muito grandes. Mas acho que o que move as pessoas hoje é isso: estar ali, fazer parte de alguma forma. Talvez outra pessoa no meu lugar pudesse falar: "Pô, estava amarrado de estar naquela bagunça lá daquele show da Miley Cyrus, não assisti nada, mas estava muito legal." Então, acho que é isso, é um combo, né?."

Entretenimento vs. erudição

"Eu... sinto que o público gosta de coisas leves. Não sei se é o público inteiro, não quero generalizar, mas acho que a gente—e eu me incluo nisso—consome as coisas de uma forma muito diferente hoje em dia, né? Pelas redes sociais e tal. Eu, por exemplo, tenho muitos momentos no meu dia em que pego o celular para ficar vendo memes engraçados e vídeos de cachorrinhos. E, cara, a gente recebe um volume de informação tão grande o tempo inteiro hoje em dia que o nosso cérebro depende desse momento de, como é que você falou, Márcia? Você falou de amortecer, não? De ser uma coisa para deixar tudo um pouco mais leve, né? Sair da rotina...Então, se a gente consegue quebrar isso e fazer com que uma informação mais séria, mais quadrada, seja passada de uma forma mais leve, a chance de o outro lado receber essa informação da melhor maneira possível é muito maior. Alguns anos atrás, comecei a fazer vídeos para abrir meu canal nas redes sociais, conteúdo sobre música e tal. No começo, não sabia muito o que eu queria fazer, o que funcionava, o que não funcionava. Existe muita pressão sobre o que vai causar engajamento no algoritmo, né? Como o algoritmo vai reagir... Aí, fiz um curso com a Amanda O'Brien, uma conhecida minha da internet. Não sei se ela ainda tem, mas, na época, ela tinha um curso sobre produção de conteúdo para redes, e, uma hora, ela falava isso: "Cara, não adianta você querer servir ao algoritmo porque uma hora o algoritmo muda e todo o seu trabalho de meses vai para o lixo, e você vai ter que mudar tudo

para se adaptar àquilo ali." Então, decidi apostar no meu conteúdo, e, pelo menos, esperei para ver o que funcionava. Vi que algumas coisas funcionam, outras não, e, quando eu via algo de 20 anos atrás, pensava: "Cara, eu não tenho vontade de assistir a esse vídeo. Essa foi a minha experiência também. Uma vez, fiz um vídeo sobre cinco álbuns para conhecer Joe Satriani. Postei só porque estava querendo ter uma agenda mais fixa de postagens e tal, mas não tinha nenhum outro conteúdo pronto, e já tinha meio que pensando nesse vídeo. Então, falei: "Vou fazer, e postei." E, cara, teve uma excelente resposta, principalmente no TikTok. Por quê? Porque o TikTok funciona diferente do Instagram. O TikTok se baseia no interesse da pessoa. Se a pessoa gosta de pescaria, ou de receitas, o TikTok aprende isso e vai jogando conteúdos relacionados. Então, para pessoas que usam o TikTok, o meu vídeo apareceu. E as pessoas ficavam dizendo: "Meu Deus, finalmente conteúdo interessante sobre jazz!" Eu achava que era um dos raros que gostava de consumir coisas sobre jazz nas redes sociais, mas as pessoas estão aí! Aí, eu adaptei meu conteúdo a esse tipo de coisa—não para servir ao algoritmo, mas para encontrar a melhor maneira, a maneira como as pessoas gostam de receber informações. É triste que as pessoas leiam menos livros do que liam anos atrás. Eu tenho que manter o meu hábito de leitura, de ler textos mais profundos sobre música, e manter o meu conhecimento teórico atualizado na medida do possível. Mas, talvez, se eu lançasse um livro hoje, a informação no meu livro não chegaria às pessoas da mesma forma. Não estou dizendo que o livro perdeu a importância, pelo contrário. Eu ainda tenho vontade de escrever um livro, preparar um material mais complexo sobre música. Mas, neste momento da minha carreira, sinto que trazer essas informações com bom humor, com leveza, facilita as pessoas a, um, se interessarem pelo conteúdo que eu estou fazendo, e, dois, naturalmente conhecerem o meu trabalho e, de repente, se interessarem por outras coisas que eu possa vir a fazer. Esse jogo de adaptação... É assim que a coisa acontece."

Nacional vs. internacional

"Eu gosto de observar essa questão das oportunidades limitadas que temos para ver muitos artistas internacionais fazendo shows aqui. Quando um artista internacional de grande renome vem ao Brasil, isso desperta muito interesse. Eu, como fã de música, sinto a mesma coisa, né? Quando vem um artista que eu quero muito ver, já me vi várias vezes pagando um preço de ingresso que, sinceramente, eu considerava uma insanidade, mas era algo que eu queria muito. Então, você acaba fazendo o esforço. Mas eu sinto que ainda existe uma

tendência de darmos muito mais importância para alguns artistas internacionais, enquanto damos pouco valor aos artistas nacionais. Já vi muitas vezes, ao longo de todos esses anos trabalhando com festivais, artistas internacionais terem destaque na programação e, logo em seguida, um show de um artista nacional, duas horas mais cedo e com um público menor, acaba sendo muito mais impactante. Acho que esse show poderia gerar um diálogo muito mais interessante com o público brasileiro, que teria uma conexão mais íntima com aquela música. Afinal, estamos falando de artistas que produzem música com um público brasileiro em mente, ao contrário de artistas internacionais que trazem sua música de fora para cá. No Lollapalooza deste ano, houve uma mudança na gestão e algumas coisas foram alteradas. Por exemplo, vimos Gilberto Gil tendo um horário de destaque, e os Titãs também tiveram destaque. No entanto, artistas mais novos ainda não têm esse espaço. E eu sinto que os artistas independentes, pequenos e médios no Brasil, enfrentam muita dificuldade para chegar a um público maior. Acho que a mídia tem culpa nisso também, sabe? Nessa busca desenfreada por audiência e números, muitas vezes a mídia deixa de olhar para esses artistas, porque eles não trazem grandes números. Mas, cara, como é que você vai garantir que lá na frente vai ter alguém para trazer números se você não está investindo agora? Essa lógica não é nem de música, mas uma visão de negócio mesmo. Acredito que ainda existe um certo "gravatismo" tanto na cobertura da mídia quanto na produção dos festivais, e boa parte do público também compartilha dessa visão. Tive a experiência, acho que foi em 2023, do show do Drake. Ele cancelou em cima da hora. Estava no avião vindo para o Brasil e decidiu dar meia volta e ir embora. E, até hoje, vejo as pessoas no Brasil idolatrando o Drake. E eu penso: "Gente, ele não deu a mínima para vocês!" Infelizmente, muitos artistas internacionais não ligam tanto para o público brasileiro, porque, em termos de números e valores, às vezes, para um artista vir para cá, ele gasta tanto dinheiro que o retorno financeiro é muito pequeno. Eles estão dedicando suas vidas lá fora, onde estão suas casas, seus amigos, seus relacionamentos, e vir para o Brasil implica abrir mão dessas coisas para ganhar pouco. Por isso, muitos realmente não têm interesse. Eu acho que, se a paixão que o público brasileiro tem pelos artistas internacionais fosse direcionada um pouco mais para os artistas locais, poderíamos valorizar mais os talentos que temos aqui. Artistas bons não faltam. O que falta, talvez, seja a visibilidade para dar esse incentivo. Hoje em dia, recebemos uma enxurrada de informações o tempo inteiro. Eu abro o celular e aparecem notícias, lançamentos e fofocas sobre 20 mil artistas, mas quase nunca sobre os artistas pequenos, médios ou independentes. As pessoas acabam não conhecendo

esses artistas. E acho que a mídia tem parte da culpa nisso. Por isso, quando um artista independente vai fazer um lançamento, você vê ele pedindo: "Faz um pré-save, faz um pré-save..." Eles estão tentando fazer com que o algoritmo entenda que aquele artista é importante, com um número considerável de pessoas interagindo. Porque, se o Drake lança um álbum no mesmo dia que um artista independente, em termos de números, o Drake é gigantesco, muito maior. As plataformas acabam promovendo apenas o conteúdo do Drake, como se só existisse o Drake. E quem não gosta do Drake, ou não se interessa por esse tipo de som, vai ouvir o quê? Vai buscar o quê? Então, é uma conjunção de fatores. Mas eu acho que ainda damos pouco valor à qualidade dos nossos artistas e da música nacional."

Reportagem vs. crítica

"Concordo que esse tipo de crítica que dá uma nota como 9.3 ou 6.8 para um álbum não é o que me atrai numa crítica musical. Eu sempre gostei da crítica embasada, que me traz informações, contexto e, a partir disso, oferece uma opinião. Aí, eu tenho a liberdade de concordar ou discordar dessa opinião. Tento aplicar isso no meu trabalho também. No meu trabalho, há momentos em que tenho espaço para tecer uma crítica, fazer um comentário mais embasado, trazer informações, e dizer: "Isso aqui acho que não funcionou, baseado na minha experiência, estudos e análises." Mas, em muitos momentos, cumpro muito mais a função de mestre de cerimônias do que de crítico. Muitas vezes, não tenho tempo de embasar um comentário. E, entre fazer um comentário raso, uma crítica superficial em 15 segundos, prefiro desempenhar o papel de anunciar o próximo show. Por exemplo, saímos do show do Ney Matogrosso, e vamos direto para o show do Djavan, sem me aprofundar muito, do que arriscar uma crítica em 15 segundos que poderia ser mal interpretada e prejudicar a experiência. Hoje em dia, as coisas estão muito segmentadas. A TV tinha antes o papel de uma mídia de massa; algo que estreava no Fantástico, por exemplo, era comentado a semana inteira. Hoje, um clipe estreando no Fantástico não muda a vida de ninguém. Muita gente assiste, mas não determina o sucesso de um artista ou de uma música. Diferentes públicos acompanham transmissões diferentes, e tentamos ajustar nosso trabalho da melhor forma para cada tipo de público."

Cultura

"Cara, cultura é a forma como um povo, uma sociedade, se expressa coletivamente. Eu acredito que cultura não é algo individual, não é uma experiência isolada; cultura é uma

experiência coletiva. Assim como as pessoas juntas fazem a cultura acontecer, a cultura também inspira e move as pessoas. É uma grande roda, e comecei a perceber isso com mais clareza trabalhando em festivais e frequentando alguns no exterior, nos Estados Unidos e na Europa. Eu via que as pessoas se conectam de uma forma diferente; a música tocava nelas de maneira distinta. Não que fosse melhor ou pior, mas era diferente. Lembro de uma vez que fui a uma boate na Alemanha, numa casa de música eletrônica considerada uma das mais importantes da época. Era difícil de entrar, aquele processo todo. Quando finalmente consegui, fiquei animado: ‘Caralho, entrei!’. Entrei no Berghain, olhei ao redor e pensei: ‘Peraí, mano...’. Havia toda uma idealização em cima daquilo. O som era incrível, o DJ tocava muito bem, e as pessoas pareciam legais, pelo que pude perceber. Mas, cara, depois de morar no Rio, às vezes você está numa festa com um som ruim, com um DJ tocando músicas direto do YouTube, mas tem algo que acontece ali, uma magia que faz com que todo mundo fique feliz, cantando e se divertindo juntos. Aquilo me tocava muito mais do que ficar olhando para o chão na boate mais respeitada do mundo. Então, acho que é isso. Cultura é uma experiência coletiva, e é importante lutarmos pela sua permanência e resistência, porque ela depende de todos nós. Nos últimos anos, a cultura tem sido tão perseguida e criminalizada por causa desses valores conservadores que estão crescendo no mundo, que corremos o risco de perder parte da nossa cultura. Isso já aconteceu no passado. Culturas inteiras, povos inteiros desapareceram. O que conseguimos preservar e o que estamos construindo hoje, precisamos manter vivo."

Entrevista 5 - Pedro Antunes

Cobertura de festivais de música

"Assim, como a cobertura musical, como um todo, ela passa por coisa do Instagram e das redes sociais. Assim, eu vejo muito o jornalista fazendo post babando o ovo do artista, para continuar com a chamada para o festival do próximo ano. Então, assim, teve pouquíssima crítica fazendo o jornalismo de verdade. Mas, claro, a Folha... o que o G1 ainda faz, o Estadão, quando está presente, quando vai com uma equipe séria. Mas a maior parte da nossa aula de imprensa, do cotidiano, é feita por produtores de conteúdo e nem sempre para fazer críticas."

Entretenimento vs. erudição

"É porque é entretenimento, né? Assim, talvez o crítico velho dos 60 anos falando sobre a banda de rock das sete da noite vá encontrar um público nichado em algum lugar no mundo

que queira ler o que esse cara escreveu. Mas a questão é que para a marca do festival importa mais o pessoal que é o fã fazendo graça, mais produtor de conteúdo, mais criador de vídeo engraçadinho sobre looks, etc., do que fazer críticas sérias para ser lido por 25 pessoas. Antes, a única saída eram esses velhos que escreveram para 25% todo, que também não iam ser lidos, certo? Porque esse negócio de parar no jornal, o texto que tá pra caralho, o jovem, a 12, a gente já abriu aquilo ali, fala: "Nossa, não tô nem entendendo, tá aqui, foda-se, acabou, não vou mais ler." Se eu não tinha como me dizer se aquele jornal estava sendo lido ou não, então aquela matéria estava sendo lida. Então, talvez esse tipo de texto sempre foi ineficiente em audiência. A diferença é que antes a gente não podia medir. Agora a gente consegue e a gente sabe o quão ineficiente é. Eu ouvi uma vez, eu não sei quem foi a pessoa que resolveu dizer para o mundo que achou legal. Daí era um cara meio mal-humorado, porque eu vou lá, eu não consigo enxergar o artista. E é o status de você poder postar para o Lolla, certo? Para você, teus amigos. Ela é uma grande... assim, é um grande marketing de materialização, entendeu? Porque é isso que eu sei. Que você não quer ter interesse na era Instagram da imagem, estou aqui, localização e outros. É para isso que eu... Eu estava com essa figura para a praia lá e... e ela sai se divertindo com isso. Assim, eu vou contar aqui, pode ser que cada vez mais a taxa de retorno do Lolla seja menor, mas ele já é uma máquina midiática tão grande. Assim, aquela pessoa vai uma vez e talvez nunca mais. Mas ele atinge tanta gente o tempo todo que você não, como produtor do festival, você não precisa mais daquele que já veio e não volta mais. Tem mais três depois dele querer vir. Talvez um desses três volte, o outro também não volte. Vai ter mais três. Assim, é exponencial, sempre. O público. E há muito de divulgação no festival massivo, como o Lollapalooza. Não tem igual. Então, assim, eles não constataam falta de público. Se eles tiverem um pessoal de três pontos nesse momento..."

Nacional vs. internacional

"Eu acho que, no fim das contas, o mercado não é a gente. O artista nacional, por exemplo, deve ter um show na Audio, certo? Uma bandinha e tal. A bandinha sempre quer um artista nacional. Ela sempre quer um suporte. É muito comum ter uma banda de abertura. Só que nem sempre cabe uma banda de abertura; nem sempre a banda de abertura vende ingresso. Muita banda de abertura não vai vender ingresso internacional. De um modo que tem os festivais... e a gente tem a banda que vem a cada dois anos, um ano e meio por aí. Tem gente que topa pagar R\$1.200,00 para assistir The Killers, dois anos seguidos em dois festivais

diferentes, e em 2022, não topa pagar para ver Caetano Veloso. Bom, então é uma questão mercadológica. Mas eu acho que, quando a gente olha, precisa de venda de ingresso e é uma parte importante e fundamental para fazer um show. Você pode usar a máquina para o bem. Eu sabia que eu já tinha um festival que já tinha os headliners. Eu já tinha Arctic Monkeys, eu já tinha Mitski, eu já tinha Bjork, eu já tinha Lorde, eu já tinha vendedores de ingressos. Depois disso, eu pude fazer o festival dos meus sonhos. Um festival com artistas que eu acreditava, gente que podia receber a oportunidade de tentar o peso de vender ingresso, que é o que a pessoa coloca em qualquer e receber um cachê justo. Eu lembro que coloquei o Terno Rei, que é uma banda de rock, num horário bem bom, num palco dois, tipo às cinco e meia da tarde. O ex-programador de festival não gosta de botar o artista nacional tarde, no fim do dia, etc., porque esses são os horários que os artistas gringos pedem. Mas o artista gringo não quer ser colocado durante o dia. É mais fácil convencer o nacional a tocar durante o dia. Eu colocava eles num horário mais legal. E por isso foi tão legal. Mas até quando eu me troquei de empresa, eu vi que o mercado é horrível mesmo, e que as pessoas realmente não conseguem pensar fora da caixinha. Então, eles vão colocar, sim, os artistas nacionais fazendo uma merreca, para ter palcos, tocar meio tímido, sol, bater três pessoas e deixar os gringos, que são ruins às vezes. E eu acho que nós temos um horário mais premium, porque é gringo. E aí... Eu espero, mas não preciso. E o Primavera Sound de 2022, por sorte, me mostrou que eu sabia que não precisava e que dava para fazer. Só que, infelizmente, mudou de casa."

Reportagem vs. crítica

"Acredito que tanto a reportagem quanto a crítica têm seu valor, especialmente no contexto atual, onde artistas e fãs estão cada vez menos acostumados com um olhar crítico. Hoje, há uma sensibilidade exacerbada, onde qualquer comentário menos elogioso sobre um artista popular pode gerar uma onda de ataques nas redes sociais. Um exemplo disso é a recente crítica ao último álbum da Taylor Swift, que foi publicada sem assinatura para proteger o jornalista. Os veículos de comunicação precisam manter a coragem de exercer a crítica, mesmo em um cenário tão hostil. A métrica do sucesso de um artigo hoje é baseada em "page views", não em sua profundidade ou relevância."

Cultura

"E é aquilo que mexe com você em lugares que você nem conhece fisicamente, mas

que te toca, que ressoa no corpo e te leva para outros mundos. É por isso que eu sempre volto, porque é onde a alma se encontra e se transforma."

ANEXO A – Imagem dos entrevistados

Figura 1 - Imagem da entrevistada Caroline Ferreira



Fonte: do autor - Instagram @nanacaroline_

Figura 2 - Imagem do entrevistado Guilherme Guedes



Fonte: do autor - Instagram @gguedes

Figura 3 - Imagem do entrevistado Ricardo Alexandre



Fonte: do autor - Instagram @ralexandredb

Figura 4 - Imagem do entrevistado Pedro Antunes



Fonte: do autor - Instagram @poantunes

Figura 5 - Imagem da entrevistada Yolanda Reis



Fonte: do autor - Instagram @euyolandareis