

CARLOS ALESSANDRO DE M. GONÇALVES

**As Marcas Argumentativas das Resenhas de CDs da Revista Rolling  
Stone Brasil**

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão –

COGEAE

São Paulo, março de 2011

CARLOS ALESSANDRO DE M. GONÇALVES

**As Marcas Argumentativas das Resenhas de CDs da Revista Rolling**

**Stone Brasil**

Monografia apresentada como exigência parcial para obtenção do título de Especialista em Língua Portuguesa à Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob orientação da Prof<sup>ª</sup>. Dra. Valeuska França Cury Martins.

## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO, 4

CAPÍTULO 1 – UM MERGULHO NAS BASES DA ARGUMENTAÇÃO, 7

1.1 – Da argumentação à retórica, 8

1.2 – União e separação, 9

1.3 – Texto e ideologia, 12

1.4 – Coeso, coerente, interativo e adequado, 14

1.5 – Uma breve história: para convencer ou persuadir?, 17

CAPÍTULO 2 – A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO DO TEXTO MUSICAL, 20

2.1 – Além dos domínios do texto, 24

2.2 – Neutralidade disfarçada, 26

CAPÍTULO 3 – A OPERAÇÃO ARGUMENTATIVA, 31

3.1 – Em busca da coerência, 34

3.2 – A narrativa a serviço da argumentação, 38

3.3 – As aparências enganam, 40

CONCLUSÃO, 42

REFERÊNCIAS, 49

## APRESENTAÇÃO

O tema desta monografia são as marcas argumentativas identificadas na seção de resenhas de CDs da revista *Rolling Stone Brasil*. Ao falar de argumentação, é possível pensar em convencimento ou persuasão a qualquer custo, conceito que, após o primeiro contato com o assunto, cai por terra. Argumentar é convencer numa interação social em que o emissor tem de andar na mesma direção de sua audiência. Como diz o professor Antônio Suárez Abreu (2008), é vencer com o outro por meio de técnicas que removam os obstáculos que impedem o consenso. Já a persuasão é uma forma de relação em que predomina a preocupação com o receptor, a compreensão dos anseios e das emoções dele. Fala diretamente ao coração.

A investigação proposta é, grosso modo, discriminar os operadores dotados dessas características e usados com mais frequência pelos jornalistas da crônica musical. Na produção desses textos, em que medida informação e opinião se intercalam? Quando a informação está impregnada de valor retórico? De que forma narração, descrição e injunção dão suporte à argumentação? Quais são as classes de palavras mais utilizadas? As respostas para essas questões estão diluídas ao longo das páginas seguintes.

Em sentido amplo, este trabalho corrobora a visão da linguística acerca da argumentatividade. A professora Ingedore G. Villaça Koch (1987) sustenta que o homem, como ser dotado de razão e vontade, está constantemente avaliando, julgando, criticando e formando seus juízos de valor. E, por meio do discurso, que é uma ação verbal dotada de intencionalidade, tenta fazer o outro compartilhar de suas opiniões na relação social estabelecida rotineiramente. É por esse motivo, de acordo com ela, que o ato de argumentar, de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, constitui o ato linguístico fundamental. Esta monografia também mostra que a argumentação funciona como elemento coesivo para embelezar o discurso e tornar sua adesão mais fácil. Entre os objetivos específicos, destaca-se a tentativa de ajudar jovens redatores e estudantes de variadas áreas a enxergar, com mais nitidez, os caminhos retóricos percorridos por uma equipe de jornalistas experientes e especializados no setor. Após ler estas considerações, talvez os candidatos a produtores desse gênero de texto tenham parte de suas dúvidas básicas a

respeito da elaboração de resenhas esclarecida, elevando a importância deste trabalho.

Para isso, realizou-se um acompanhamento minucioso de todas as resenhas publicadas durante um semestre na revista musical *Rolling Stone*, uma das mais respeitadas, conceituadas e tradicionais do mundo, características que justificam o fato de ela ser o alvo deste estudo. Cada uma das edições pesquisadas trouxe, em média, a análise de 20 discos. Desse universo, foram escolhidos, propositalmente, os álbuns que obtiveram as melhores e piores avaliações (maiores e menores notas) para elucidar como são percorridos os caminhos opostos. Entretanto, a maior parte do material, estabelecida numa posição intermediária, foi selecionada de forma aleatória.

Afora levantar os recursos argumentativos empregados, foram identificadas as sequências estabelecidas. É respeitada uma ordem fixa, como apresentação da obra, do artista, da proposta e avaliação; ou tudo é feito sem conceitos predeterminados? A resposta, encontrada na conclusão, causa prejuízo ao entendimento do público-alvo, desvirtua a identidade editorial da revista ou, ao contrário, enriquece a leitura e o próprio universo da publicação? A investigação parte de uma visão histórica do tema e, até chegar ao ponto culminante, passa por uma abordagem reflexiva sobre signos típicos do meio musical. Como em qualquer *métier*, o segmento está impregnado de palavras, expressões, jargões que, se não forem conhecidos, não permitem o ingresso do leitor no ambiente, tornando-o hermético e desinteressante. Verificou-se, porém, que os jornalistas sabem em que terreno pisam e conhecem bem as pessoas com quem “dialogam”. Não economizam, assim, no emprego de vocábulos e dados técnicos que gerariam desconforto em outras “plateias”.

Ao longo das próximas páginas, será possível perceber dois estilos de produção. De um lado, estão os profissionais que se apegam à sutileza (às vezes, fazendo uso de uma argumentação que flerta discretamente com a dissimulação e a ironia) para demonstrar o porquê de seu raciocínio; do outro, posicionam-se os jornalistas mais incisivos. Suas considerações, entremeadas de adjetivos “cortantes”, são taxativas. Independentemente do que afirmam, argumentam de forma válida e, portanto, merecem atenção nesta pesquisa, que tenta rastrear os fios condutores dessa modalidade de texto que garante a

sobrevivência do próprio homem, como sustentam alguns dos autores mencionados mais adiante.

## CAPÍTULO 1

### UM MERGULHO NAS BASES DA ARGUMENTAÇÃO

Abordar argumentação exige aprofundada labuta intelectual, uma busca a ser realizada nos domínios da linguística e da filosofia, especificamente no tema linguagem, principal diferença entre o homem e os animais irracionais, seguindo o pensamento do filósofo alemão Hans-Georg Gadamer, um dos grandes expoentes e difusores da hermenêutica, que se debruça sobre a compreensão humana e a interpretação dos textos escritos.

Segundo o pensador em *Verdade e método II: complementos e índice* (2002, p. 173-4-6-9-82), a linguagem é o eixo do ser humano. É tão indispensável quanto o ar que se respira. Apenas ela consegue preencher os mais variados âmbitos da vida, como o da convivência, o do entendimento e o do consenso.

Para fundamentar suas ideias, ele recorre a Aristóteles, de acordo com quem o homem é classificado como o único ser vivo que possui *logos* (*zôon logikón*), capacidade de pensar. Aliás, o significado da palavra, afora conjugar o sentido da razão, agrega linguagem. Se os animais irracionais podem entender-se mutuamente por meio de instintos, sendo-lhes possível chegar somente a esse ponto pela sua natureza, o ser humano foi agraciado com a capacidade de raciocinar, pensar e comunicar-se, característica de que todos são, inteiramente, dependentes.

Durante o Iluminismo, um dos mais importantes e prolíficos períodos da história intelectual e cultural do Ocidente, compreendido entre os séculos XVII e XVIII, a linguagem passou a ter novo sentido. Deixou de exprimir a perspectiva histórica da criação e assumiu a natureza humana. A consumação dessa conjuntura foi permitida graças ao consentimento de que existe, no homem, uma faculdade esclarecedora do regimento estrutural, chamada de gramática, abarcando sintaxe e vocabulário. A linguagem, assim, ganhou o *status* de campo de expressão e tornou possível o estudo da essência humana e sua evolução.

## 1.1 – Da argumentação à retórica

Se a vida na Terra sempre foi marcada pela luta em torno da sobrevivência, quem soube se aproveitar da linguagem conseguiu estabelecer-se melhor, impondo-se não pela força, mas pelo poder de utilizar as palavras em seu benefício. Em *A argumentação na comunicação* (2003, p. 23), o doutor em Ciências da Comunicação e pesquisador do Centre national de la recherche scientifique, em Paris, na França, Philippe Breton diz que o homem começa a argumentar a partir do instante em que se comunica. Tal afirmação significa dizer desde sempre.

*A partir do momento em que tem opiniões, crenças, valores e que tenta fazer com que os outros partilhem dessas crenças e valores. Isto é, desde sempre, na medida em que o homem se identifica, ao contrário dos animais, com uma palavra, com um ponto de vista próprio sobre o mundo no qual ele vive.*

Na maioria das situações do dia a dia, a argumentação é tão inerente à condição do homem que se desenrola sem que haja ciência. Tomando por base o raciocínio de Breton, é provável que as práticas argumentativas, por mais antigas que sejam, tenham sido sempre amparadas por um saber espontâneo e empírico, vindo, em muitos casos, por impregnação. Quando a estruturação da argumentação, seus métodos e processos foram teorizados no século V antes de Cristo na Sicília (Itália), teve início a retórica, a arte de usar a linguagem para comunicar-se de maneira eficaz e persuasiva.

Levada para Atenas pelo sofista (mestre da retórica que ensinava aos gregos conhecimentos gerais, gramática e eloquência que se notabilizou pela participação ativa nos debates filosóficos da época) Górgias, desenvolveu-se nos círculos políticos e judiciais da Grécia Antiga. Sua primeira intenção foi persuadir as audiências em relação aos mais diversos assuntos. Terminou, no entanto, tornando-se sinônimo de falar bem. Isso opôs os sofistas ao filósofo Sócrates e seus discípulos. Na obra *Retórica*, Aristóteles escreveu as bases para estruturar seu estudo. A retórica foi posta como um dos elementos-chave da filosofia ao lado da lógica e a dialética. Também foi uma das três artes ensinadas nas universidades da Idade Média (as outras duas foram a lógica e a gramática), integrando o chamado *trivium*. Até ao século XIX, esteve no centro da educação do Ocidente. Dava conta da necessidade de treinar oradores e escritores para convencer audiências com argumentos.

Ela apela à audiência em três frentes: *logos* (razão), *pathos* (palavra que significa paixão, excesso, catástrofe, passagem, passividade, sofrimento e assujeitamento) e *ethos* (valores, ética, hábitos e harmonia), como veremos a seguir no pensamento aristotélico. A elaboração do discurso pede atenção aos fatores complementares *inventio* (escolha do conteúdo), *dispositio* (organização), *elocutio* (expressão), *memoria* (memorização) e *pronunciatio* (declamação do discurso). No início, a retórica encontrava abrigo no discurso político falado. Mais tarde, passou a ser utilizada em textos escritos.

## **1.2 – União e separação**

Depois da ascensão romana, retórica e oratória se misturaram. Voltaram a se separar durante as democracias (retórica) e os regimes totalitários (oratória). Sem deixar margem para dúvidas, a oratória (arte de falar em público, de convencer pelas palavras) é um dos meios pelos quais a retórica se manifesta. Não o único, porém. É possível dizer que está espalhada por todos os lados, como nas letras de Chico Buarque e Geraldo Vandré contra o governo militar brasileiro, em obras de arte, como *Guernica*, de Pablo Picasso,

fazendo oposição ao fascismo e à guerra; e na publicidade, querendo levar o povo a consumir produtos.

Um dos filósofos que mais se dedicaram a estudar a retórica, Aristóteles (384-322 a.C.) a define como contraparte da dialética, método de diálogo baseado na contraposição e na contradição de ideias que levam a novos conceitos. Se, por um lado, os meios dialéticos são usados para deliberar sobre a verdade em questões teóricas, por outro os procedimentos retóricos são essenciais na resolução de conflitos práticos, como julgamentos ou votação de leis. Para convencer, Aristóteles lança mão da persuasão, que define como demonstração, considerando que só ficamos plenamente persuadidos quando consideramos que algo nos foi demonstrado.

O pensador identificou três classes de meios de persuasão (apelos à audiência): *ethos*, *pathos* e *logos*. Primeiro, ela é conseguida pelo orador, que, com discurso eficaz, faz pensar que aquilo que ele diz é crível; segundo, pode vir de dentro dos próprios ouvintes, quando o que lhes é falado desperta as emoções; terceiro, a persuasão é feita pelo discurso, provando uma verdade por intermédio de argumentos adequados.

Conforme explica Breton (2003, p. 24), todo esse saber estruturado acerca de argumentação, métodos e processos que a tornam mais eficaz surgiu relativamente tarde na história da humanidade (como já foi escrito, a retórica nasceu no século V a.C. na região do Mediterrâneo). Num primeiro momento, segundo Breton, foi concebida como argumentação, raciocínio, busca de uma ordem do discurso e manipulação das opiniões e das consciências. O orador era tido mais como um homem de poder do que um homem de ética e opinião.

*A partir de então, a retórica estendeu seu "império" sob diferentes formas até os dias de hoje. Império "mais vasto e mais tenaz do que qualquer*

*império político, por suas dimensões, por sua duração”, para retomar a expressão de Roland Barthes. Durante dois mil e quinhentos anos, até a explosão das disciplinas do fim do século XIX, a retórica foi o centro de todo o ensino.*

Para compreender o que é argumentação, deve-se delimitar a ação proporcionada pelo verbo, como propõe Breton (2003, p. 25-6).

*- Argumentar é, primeiramente, comunicar: nós estamos, então, em uma “situação de comunicação”, que implica, como toda situação desse tipo, na existência de parceiros e de uma mensagem, além de uma dinâmica própria;*

*- Argumentar não é convencer a qualquer preço, o que supõe uma ruptura com a retórica no sentido em que ela não economiza meios para persuair;*

*- Argumentar é raciocinar, propor uma opinião aos outros, dando-lhes boas razões para aderir a ela.*

A fim de que tenha o efeito desejado, a argumentação envolve outros conceitos e, sobretudo, valores. De acordo com Breton (2003, p. 26), é preciso saber se

restringir em nome da ética: às vezes, é mais fácil convencer o interlocutor, ao menos a curto prazo, utilizando figuras de estilo.

*Também é mais fácil, para aqueles que têm habilidade, manipular psicologicamente a relação com o objetivo de convencer. Mas argumentar é também ser alguém que se recusa a fazer uso de todos os meios a serviço de um só valor: a eficácia a qualquer preço. O bom uso da argumentação implica, então, uma ruptura com a retórica clássica e os diferentes meios de persuasão que ela propõe tradicionalmente. Mas se pode dizer que a argumentação faz parte da retórica, da qual ela foi, durante muito tempo, e sobretudo para Aristóteles, uma peça essencial.*

### **1.3 – Texto e ideologia**

Apesar das restrições éticas que a argumentação exige, não é possível desgarrar-se das ideologias. Cada ser humano é dotado de uma carga social que, embora até possa ser escondida ou maquiada, termina vindo à tona em determinado momento do processo. Em *Argumentação e linguagem*, a professora Ingedore G. Villaça Koch reflete sobre a questão (1987, p. 19-20).

*...todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia, na acepção mais ampla do termo. A neutralidade é apenas um mito: o discurso que se pretende “neutro”, ingênuo, contém também uma ideologia – a da sua própria objetividade. A aceitação desse postulado faz cair por terra a distinção entre o que tradicionalmente se costuma chamar de **dissertação** e de argumentação, visto que a primeira teria de limitar-se, apenas, à exposição de ideias alheias, sem nenhum posicionamento pessoal. Ocorre, porém, que a simples seleção das opiniões a serem reproduzidas já implica, por si mesma, uma opção. Também nos textos denominados **narrativos** e **descritivos**, a argumentatividade se faz presente em maior ou menor grau.*

Além de fazer uma importante consideração em relação à bagagem cultural que o homem carrega do ponto visto sociológico e antropológico, característica decisiva na construção do texto que será abordada adiante, Koch lança um conceito que joga ao chão a pretensa neutralidade jornalística, que, se não existe nem em reportagens que deveriam ser isentas, passa muito longe de sinopses e resenhas encontradas em jornais e revistas.

De acordo com a professora, é possível identificar argumentação e retórica em todo e qualquer tipo de discurso. O estudo de ambas, a propósito, ganhou lugar de destaque com o advento da pragmática, ramo da linguística que se dedica a examinar a linguagem no contexto da comunicação. Então, os atos de linguagem, aquilo que se faz quando se fala, entraram na pauta dos filósofos analíticos de Oxford, principalmente Austin e Searle.

Eles apontaram para a existência dos atos ilocucionários, que encerram a força com que os enunciados são produzidos, e dos atos perlocucionários, que dizem respeito aos efeitos visados pelo uso da linguagem, entre os quais os de convencer e persuadir, cujas diferenças são explicitadas no começo do capítulo 3. Na linha da professora Koch (1987, p. 23), também fora identificada a inscrição da argumentatividade no nível fundamental da língua.

*...partindo do postulado de que a argumentatividade está inscrita no uso da linguagem, adota-se a posição de que a argumentação constitui atividade estruturante de todo e qualquer discurso, já que a progressão deste se dá, justamente, por meio das articulações argumentativas, de modo que se deve considerar a orientação argumentativa dos enunciados que compõem um texto como fator básico não só de coesão, mas, principalmente, de coerência textual.*

#### **1.4 – Coeso, coerente, interativo e adequado**

Como já foi falado, o homem utiliza a argumentação para fazer valer sua posição, conquistar seus desejos, provar seus pontos de vista. Para isso, precisa ser coeso, ter coerência, saber encadear raciocínios em frases que se conectem pelo sentido e não apenas por conjunções, conforme explica Koch (1987, p. 21).

*Se a frase é uma unidade sintático-semântica, o discurso constitui uma unidade pragmática, atividade capaz de produzir efeitos, reações, ou, como diz Benveniste (1974), “a língua assumida como exercício pelo indivíduo”. Ao produzir um discurso, o homem se apropria da língua, não só com o fim de veicular mensagens, mas, principalmente, com o objetivo de atuar, de interagir socialmente, instituindo-se como EU e constituindo, ao mesmo tempo, como interlocutor, o outro, que é por sua vez constitutivo do próprio EU, por meio do jogo de representação e de imagens recíprocas que entre eles se estabelecem.*

*Ora, o discurso, para ser bem estruturado, deve conter, implícitos ou explícitos, todos os elementos necessários à sua compreensão, deve obedecer às condições de **progresso** e coerência, para, por si só, produzir comunicação: em outras palavras, deve constituir um texto. Todo texto caracteriza-se pela textualidade (tessitura), rede de relações que fazem com que um texto seja um texto (e não um simples somatório de frases), revelando uma conexão entre as intenções, as ideias e as unidades linguísticas que o compõem, por meio do encadeamento de enunciados dentro do quadro estabelecido pela enunciação.*

Em suas modalidades – escrita e falada –, os textos possuem dinâmicas particulares que permitem maior ou menor interatividade com seus autores. Na primeira, não existe a possibilidade, ao menos imediata, de troca de posição

entre emissor e destinatário nem de, com isso, haver reajustes de relação entre os interlocutores para cada evento particular de enunciação. Pois, nesse tipo de discurso, é mais forte a organização interna, como as resenhas da revista *Rolling Stone*, objeto desta monografia.

No diálogo – caracterizado pela interação, até para que se estabeleça a conversação entre emissor e destinatário –, os papéis são constantemente invertidos, permitindo reajustamentos. Mas, independentemente da modalidade, o texto necessita de argumentação como elemento estruturante e coesivo. Ela assinala as possibilidades de composição, garante prosseguimento e lhe fornece fluência e até beleza.

Pode-se afirmar com Koch (1987) que a argumentação é responsável pelos encadeamentos discursivos e articula, entre si, enunciados ou parágrafos de modo a transformá-los em texto, cuja progressão é realizada pelas articulações argumentativas. Ademais, o discurso precisa estar sempre adequado ao auditório ao qual é dirigido para ser eficiente (Breton, p. 33).

*Falar de argumentação em termos de comunicação implica levar em conta as modalidades de recepção do argumento. Nenhuma opinião proposta intervém em um terreno virgem. Cada indivíduo tem previamente um ponto de vista próximo da opinião que lhe é proposta, salvo no caso de uma novidade absoluta ou de um campo de conhecimentos especializados. De qualquer maneira, essa opinião vai se inscrever em um conjunto de representações, de valores, de crenças que são próprias ao auditório considerado.*

Resumindo a lógica do adendo acima, o emissor deve, a fim de conquistar a plateia, elaborar um discurso que vá ao encontro das aspirações dela, criando muito mais que empatia. Precisa caminhar na mesma direção dos receptores, adaptar-se a eles. Isso requer, ao menos, dois cuidados primordiais: dialogar por intermédio de palavras cujo significado não fuja do entendimento da maioria e considerar a “bagagem” do grupo para não ferir suscetibilidades culturais, como convicções religiosas, políticas e sociais, sendo, acima de tudo, ético.

Seguindo o raciocínio de Norman Fairclough *Em Discurso e mudança social* (2001, p. 111), a força de um texto (frequentemente, mas nem sempre, uma parte na extensão de uma frase) é seu componente acional, parte de seu significado interpessoal, a ação social que realiza, que ‘ato(s) de fala’ desempenha (dar uma ordem, fazer uma pergunta, ameaçar, prometer etc.). E, para o emissor conseguir isso, deve oferecer algo ao auditório. Vale lembrar que, nem sempre, ele ganha num primeiro momento. Porque argumentar, ao contrário do que o senso comum pode levar a crer, não significa vencer o tempo todo com aproveitamento máximo. Representa dialogar por meio de fatos.

### **1.5 – Uma breve história: para convencer ou persuadir?**

Após essa consideração sobre argumentação, passamos a mostrar na sequência como ela, condição básica em qualquer ato de comunicação, desenrola-se, com todos os seus recursos, na crônica musical brasileira, mais especificamente nas resenhas de CDs da versão nacional da publicação *Rolling Stone*, voltada à “cultura *pop*”, que explico a seguir com parte de uma reportagem encontrada no *site* da revista Nova Escola, da Editora Abril.

*“Na verdade, tem origem na chamada Pop Art dos anos 60”, diz Martin C ezar Feij o, professor do Programa de P os-Graduação em Educação, Arte e Hist oria da Cultura, da Universidade Mackenzie. Ele explica que esse movimento surgiu diretamente das artes plásticas, mais especificamente ligado ao pintor e cineasta americano Andy Warhol, autor de pinturas de rostos de figuras famosas, como as atrizes Marilyn Monroe e Elizabeth Taylor. “Trata-se de um tipo de arte que tenta reproduzir ícones dos meios de comunicação em uma época que coincide com o auge do cinema e da televisão e com a explosão de certas bandas e artistas, como os Beatles.” Segundo o professor, a cultura pop foi emanada dos meios de comunicação em uma tentativa de dialogar com a arte erudita, desde a pintura e a escultura até a música, a dança e a literatura. “  uma representação artística que tem grande difusão na média e que aspira a atingir um público cada vez maior”, afirma o especialista. Apesar disso, não deve ser confundida com a cultura de massa. “  um estágio posterior. A pop já faz parte do universo das m dias individuais ou em rede. Essa individualidade, que tem um cunho massivo - e não de massa -, se refaz por meio de diferentes combinações que cada indivíduo ou consumidor é capaz de criar como novidade”, explica Gelson Santana Penha, professor do curso de Mestrado em Comunicação da Universidade Anhembi-Morumbi.*

A fim de entender a escolha, proponho, antes de partir para a análise dos textos, um breve mergulho nos fatos que cercam o surgimento e a ascensão de uma das principais publicações do mercado editorial do mundo.

Nascida na segunda metade da década de 1960 em São Francisco, na Califórnia, foi fruto da ambição de Jann Wenner, editor e publicador, e Ralph G. Jeason, crítico musical. Nos primórdios, abordava a contracultura *hippie*. Pouco depois, passou a seguir padrões jornalísticos mais tradicionais, deixando de lado as fórmulas radicais dos veículos tidos como *underground*, palavra utilizada para designar um ambiente cultural que foge dos padrões comerciais e dos modismos. Nos anos 1970, a revista começou a cobrir política por meio do jornalismo *gonzo* (estilo total e assumidamente parcial em que o narrador mistura-se com a ação e abdica da objetividade; a palavra seria uma gíria irlandesa cunhada em Boston e, ao pé da letra, significa o último homem de pé após uma maratona de bebedeira), praticado por Hunter Thompson.

Na década de 1980, a publicação foi de uma ponta a outra dos Estados Unidos. Deixou a Califórnia rumo a Nova York. O objetivo era permanecer mais perto das agências de publicidade. A mudança acabou-lhe rendendo muitas críticas. Os leitores diziam que evidenciava uma transformação cultural. A revista continuou a todo vapor, porém. Já no começo dos anos 2000 a *Rolling Stone* viu alguns títulos concorrentes, como *FHM*, crescerem e decidiu mirar um público-alvo mais jovem. Pondo atores de filmes e televisão e estrelas da música *pop* em suas páginas, começou a investir em conteúdo mais orientado para cada sexo. A nova diretriz gerou protestos. Muitos leitores disseram que a qualidade musical havia caído. Acusaram-na de ter deixado a condição de observadora da contracultura para se tornar superficial. Segundo eles, a forma ganhou espaço e a substância desapareceu. A direção decidiu, então, retomar sua mistura tradicional entre política, cultura *pop* e música. Assim, recuperou o prestígio que chegou a ver ameaçado. Através dos anos, a revista tornou-se tão popular que o sonho de muitos artistas passou a ser “aparecer” na capa dela. Chegou ao Brasil no segundo semestre de 2006, trazendo a força que seu nome sempre representou no mercado internacional. No País, é publicada mensalmente pela Editora Spring, sediada na capital paulista.

## CAPÍTULO 2

### A CONSTRUÇÃO DO SENTIDO DO TEXTO MUSICAL

O crítico de música da versão brasileira da revista americana *Rolling Stone* é, essencialmente, um redator que, para dizer o que deseja, utiliza-se do poder de certos recursos argumentativos, apoiado no conhecimento prévio do leitor, a fim de criar um diálogo persuasivo. Até aí, nenhuma novidade. Ao contrário. Profissionais da crônica musical do mundo inteiro assim têm agido ao longo dos tempos. Antes de abordar a construção da seção de CDs da publicação, é necessário traçar um panorama dos termos particulares empregados na confecção dos textos e refletir criticamente acerca deles. Como sustenta o professor Octávio de Freitas em *A lógica e a teoria da comunicação* (1995, p. 39), as palavras são códigos, formas convencionadas, que exprimem determinado valor. É fundamental perceber que, nesse processo, o sentido está em nós (p. 40).

*Podemos facilmente conceber que as palavras não carregam as mensagens, nem significados, nem sentidos. Quem atribui aos sons das mensagens os significados e os sentidos somos nós: os emissores e receptores. Nós é que temos que os descobrir, interpretando os sons que cruzam o ar ou os riscos que sujam o papel. Os sentidos são aprendidos, são pessoais e de propriedade de cada um de nós.*

É por isso que, com o objetivo de atingir a audiência pretendida, os jornalistas da *Rolling Stone* vão além de substantivos, adjetivos, conjunções, advérbios, verbos, figuras de linguagem e orações subordinadas e

coordenadas da língua portuguesa. Recorrem a expressões e palavras particulares da conjuntura musical, trazidas de outros idiomas, sobretudo do inglês, para informar e opinar. Julgam que o repertório do público-alvo, que exerce influência direta na descodificação dos signos e da mensagem, engloba todos os vocábulos utilizados. Conforme explica o professor Izidoro Blikstein em *Técnicas de comunicação escrita* (1995, p. 50), o processo depende não só do conhecimento do código, mas também da bagagem cultural do indivíduo (neste caso, conhecimento musical) que recebe a mensagem. Pensar nisso é uma preocupação constante do remetente.

Um exemplo é o termo *emo*, que aparece na crítica do disco *Revanche*, da banda brasileira Fresno, escrita pelo atual editor, Pablo Miyazawa, e publicada na edição de julho, número 46 (p. 95). Trata-se da abreviatura de *emotional hardcore*, também conhecido como *emocore*, estilo apreciado por jovens de culturas distantes e diferentes, como Estados Unidos, países da Europa, Brasil e Japão. A primeira palavra, que, em português, corresponde a algo como emocional e sensível, é justificada com a doçura e o romantismo cantados pelos artistas da vertente, uma derivação moderna do *punk rock*, movimento cultural abrangente que surgiu em meados da década de 1970 na América do Norte e atravessou o Oceano Atlântico rumo ao Velho Continente, encontrando muitos adeptos e importantes expoentes, principalmente no Reino Unido; suas canções são agressivas e costumam ser executadas com três ou quatro acordes que dão sustentação a letras recheadas de ideias anarquistas, niilistas, revolucionárias e problemas políticos e sociais.

Já *hardcore* significa, literalmente, núcleo duro e é um vocábulo que costuma ser empregado para designar militantes criminosos. No contexto analisado, representa um estilo que nasceu do *punk*, também em território americano, no fim dos anos 1970. Resguarda as particularidades da música que o originou e desenvolve, como característica marcante, os tempos “extremamente” acelerados. Na primeira edição de seu *Vocabulário de música pop* (1999, p. 156), Roy Shuker, professor associado da faculdade de comunicação da Massey University, da Nova Zelândia, descreve o estilo com paixão, envolvimento e propriedade.

*Mais duro e rápido do que seu predecessor direto, o punk rock, o hardcore parte da música punk e acelera os tempos tão rápido quanto é humanamente possível, agarrando-se basicamente à guitarra monocromática, ao baixo e à bateria, favorecendo as letras meio gritadas, que expressam os sentimentos mais inflamados que os cantores e compositores podem imaginar.*

Em outra crítica, dessa vez do álbum *Omen*, do grupo Soulfly, publicada na edição de agosto, número 47 (p. 108), o editor-assistente Paulo Cavalcanti passeia por termos que não devem ter causado estranhamento nos leitores em razão da consonância dos valores compartilhados por ambas as partes. Ele apoiou-se na bagagem cultural do público para o qual estava escrevendo. As expressões poderiam, entretanto, deixar desorientadas audiências que não tivessem relacionamento mínimo com o vocabulário usado, sua semântica e os dados históricos transmitidos pelo jornalista.

*Os altos e baixos musicais do Soulfly, grupo do ex-cantor e guitarrista do Sepultura, têm sido bem documentados. Conquer, de 2008, passou meio batido. Já Omen, o sétimo disco, é um álbum mais convencional para os padrões do Soulfly, sem muitas incursões tribais brasileiras ou citações a música do Oriente. Max também deixou de lado o hardcore e o nu metal, preferindo a objetividade do*

*thrash metal. “Jeffrey Dahmer” e “Vulture Culture” causam algum impacto, embora as letras de Max continuem capengas. Greg Puciato, do grupo Dillinger Escape Plan, participa de “Rise of the Fallen”, uma das faixas que elevam este lançamento do simples plano mediano.*

Mais uma vez, um crítico da revista recorre a expressões inglesas. *Hardcore, nu metal e thrash metal* referem-se a subgêneros do *rock*. O primeiro já foi, levemente, esmiuçado. O segundo inicia-se com a corruptela da palavra *new*, que, traduzida, é o equivalente a novo. Percebe-se que o jornalista está se referindo a um estilo que, em português, seria chamado de novo metal, uma junção de diversas sonoridades *pop*, como o *grunge* (*rock* pesado popularizado no noroeste dos Estados Unidos entre o fim da década de 1980 e o começo da seguinte), o *metal* alternativo (*heavy metal* típico dos anos 1990 que, afora distorções de guitarra, tinha forte tendência experimental), o *punk*, o *hip hop* (movimento cultural urbano criado na década de 1970 em guetos jamaicanos, latinos e afro-americanos de Nova York) e o *rap* (fruto do *hip-hop* e mais influente música da comunidade negra dos anos 1980 e 1990). O terceiro estilo é uma subdivisão do *heavy metal* mais rápida e pesada. Suas raízes também estão fincadas em território americano.

A quem não tem ligação afetiva com o assunto, o texto não apresenta nexos com sua porção generosa de expressões estrangeiras, já que o ato de ler, como argumenta Maria Helena Martins em *O que é leitura* (1995, p. 9 - 10), não significa apenas decifrar palavras.

*Com frequência nos contentamos, por economia ou preguiça, em ler superficialmente,*

*“passar os olhos”, como se diz. Não acrescentamos ao ato de ler algo mais de nós além do gesto mecânico de decifrar os sinais. Sobretudo se esses sinais não se ligam de imediato a uma experiência, uma fantasia, uma necessidade nossa. Reagimos assim ao que não nos interessa no momento. Sentimo-nos isolados do processo de comunicação que essas mensagens instauram – desligados. E a tendência natural é ignorá-las ou rejeitá-las como nada tendo a ver com a gente. Se o texto é visual, ficamos cegos a ele, ainda que nossos olhos continuem a fixar os sinais gráficos, as imagens. Se é sonoro, surdos. Quer dizer: não o lemos, não o compreendemos, impossível dar-lhe sentido porque ele diz muito pouco ou nada por nós.*

## **2.1 – Além dos domínios do texto**

A leitura é uma questão cultural, um processo de compreensão de expressões formais e simbólicas, caracterizando-se também, segundo a professora Maria Helena, como acontecimento histórico. É uma espécie de resultado direto do diálogo estabelecido entre as duas partes, formulado na cabeça do leitor. Ele terá a possibilidade de levantar perguntas e buscar respostas estimuladas pelo texto que foi objeto de sua atenção, apesar de não conseguir, na maior parte das vezes, estabelecer relação interativa direta com o autor para questioná-lo, ao menos num primeiro momento, embora hoje os meios eletrônicos permitam maior contato.

Isso imputa ao redator de veículo impresso obrigação demasiadamente séria. Envolvido numa conversa que não possibilita explicações instantâneas nem réplicas e tréplicas imediatas, tem de escrever bem. A tarefa exige, para o professor Blikstein (1995, p. 13), três preceitos básicos: respeito às normas da

gramática da língua, evitando erros básicos de ortografia, pontuação, sintaxe etc.; clareza para dispor, expressar e defender ideias de modo a não usar palavras e frases obscuras ou de duplo sentido e ser capaz de agradar ao leitor, empregando expressões elegantes e fugindo de um estilo “muito seco”.

A fórmula parece perfeita. Contudo, entre outros pontos que merecem somar-se às três recomendações triviais, há um relacionado à arte de redigir com eficiência que deve ser levado em consideração. Sempre. De acordo com Blikstein (p. 16), escrever bem implica, necessariamente, a obtenção de uma resposta que corresponde àquilo que temos em mente e desejamos passar ao leitor. “Trocando em miúdos”, é a provocação de uma reação pretendida.

*Em suma, para obtermos a colaboração ou a resposta necessária à nossa sobrevivência, devemos comunicar as nossas ideias, desejos ou necessidades aos nossos semelhantes, estimulando-os a produzir a resposta que satisfaça exatamente essas ideias ou necessidades. Assim, na medida em que propiciar respostas necessárias à sobrevivência, é claro que a comunicação desempenha uma função vital para o ser humano. Comunicar bem ou, em nosso caso, escrever bem não é luxo, nem exibicionismo, nem ostentação esnobe de conhecimentos gramaticais. Escrever bem é uma questão de sobrevivência.*

Na crítica que faz ao novo disco do Soulfly, Cavalcanti usa o recurso ao divulgar apenas o primeiro nome do líder da banda. Em um veículo de comunicação generalista, essa seria uma informação-chave. Ele julgou, porém, que os leitores da *Rolling Stone* têm alcance intelectual de todos os elementos

essenciais para saber, exatamente, de quem está falando. O redator pôs em prática a estratégia para que o público completasse o período com o dado omitido. O nome artístico do vocalista e líder do grupo, Max Cavalera, aparece pela metade bem depois do *lead* (primeira parte da notícia, que fornece as informações básicas sobre o assunto para “prender” a audiência; é uma expressão de origem inglesa que significa guia ou o que vem à frente), mas não há dúvidas de que os leitores tiveram a reação correta nesse jogo mais ou menos “interativo”. É uma resposta tão óbvia e precisa para esse público quanto a resolução de uma equação matemática elementar para um físico. Por outro lado, se não tivesse conseguido atingir o propósito que traçou, o jornalista demonstraria não conhecer bem o perfil dos leitores aos quais destinou a mensagem.

## **2.2 – Neutralidade disfarçada**

No texto sobre o disco *The Final Frontier*, da banda de *heavy metal* Iron Maiden, feito pelo colaborador Carlos Mesquita para a mesma edição da *Rolling Stone*, que é a de número 47 (p. 109), é construída uma análise que, apesar de parecer neutra, está carregada de juízos de valor.

*Após a turnê que celebrou os 25 anos de Powerslave (um dos maiores clássicos da banda), o Iron Maiden resolveu fazer algo inusitado e pretensioso. Essa é a atmosfera de The Final Frontier, CD que, apesar de conter o DNA da Donzela, traz algumas “viagens” que jamais a banda arriscara. Grosso modo, músicas longas e repletas de arranjos virtuosos que flertam com o metal progressivo. Para que se tenha ideia, das dez canções do repertório, apenas uma tem menos de cinco minutos, “The Alchemist”. O disco é aberto por “Satellite 15... The Final Frontier”, cuja extensa introdução é, certamente, a*

*passagem mais distinta de todas as incursões do Iron. A diferença está na cozinha percussiva de Steve Harris e Nicko McBrain, pesada, cheia, encorpada em todas as faixas, o que valoriza os solos e os duetos de guitarra da trinca formada por Janick Gers, Adrian Smith e Dave Murray. Afora esses elementos, o álbum tem vários “climas”, que, em breves instantes, lembram Seventh Son of Seventh Son. Do ponto de vista autoral, “The Talisman” e “When the Wild Wind Blows” são os acertos. De maneira geral, The Final Frontier é um CD complexo, que precisará de algumas audições para ser digerido.*

Com palavras aparentemente positivas, são provocadas determinadas reações que, ao longo do texto, passam a trafegar na direção contrária. O primeiro exemplo está no *lead*: “Após a turnê que celebrou os 25 anos de *Powerslave*, o Iron Maiden resolveu fazer algo inusitado e pretensioso”. Em linhas gerais, o álbum mencionado é um dos melhores do grupo na opinião de fãs e crítica especializada do mundo inteiro e está entre os clássicos mais populares do cancionero *heavy*. Sair em turnê para celebrar o aniversário de 25 anos do disco, no entanto, representa falta de criatividade, ousadia e coragem, características que, por outro lado, são trazidas à tona com o lançamento de *The Final Frontier*. A princípio, a banda está indo bem. Mais adiante, o período “Afora esses elementos, o álbum tem vários ‘climas’, que, em breves instantes, lembram *Seventh Son of Seventh Son*” possui ambiguidade. Em *Seventh Son of Seventh Son*, lançado em 1988, o grupo mudou sua sonoridade. Os ingleses adotaram uma postura musical mais voltada para o *prog metal*, que, em português, significa mistura entre *rock progressivo* (estilo em que sobressaem os arranjos longos e o uso de teclados, como sintetizadores, órgãos e pianos) e *heavy metal*. Se, por um lado, eles atraíram novos fãs com o trabalho, por outro deixaram os mais conservadores frustrados, já que suas canções perderam peso e ganharam acabamento mais

cuidadoso em termos técnicos e estéticos. Isto é, a comparação com *Seventh Son...* pode não ser tão boa assim para *The Final Frontier*.

Quando são destacadas apenas duas de dez canções do repertório, a conclusão de que o disco é ruim torna-se quase evidente. O raciocínio tem desfecho nas últimas linhas. Dizer que *The Final Frontier* é complexo é pura figura de linguagem, mais especificamente eufemismo, para não afirmar que as composições soam como colchas de retalho mal cerzidas ou textos grandes construídos sem elementos de coesão. Por trás de toda essa maquiagem argumentativa, existe o desejo de levar o leitor a crer que o CD não é tão representativo quanto discos de anos, até décadas, atrás.

Esse é, segundo o professor Octávio de Freitas, amparado pelo pensamento clássico aristotélico, o principal objetivo da comunicação: persuadir intencionalmente. No caso da escrita, a produção de respostas desejadas e a capacidade de tornar um pensamento comum juntam-se ao interesse principal. Para conjugar as três características, o redator precisa lançar mão de elementos persuasivos, que, na opinião de Blikstein, suavizam a transmissão de pensamentos e provocam a simpatia dos leitores (p. 22 - 3). Ele busca arrimo na formação de quatro palavras para fazer suas considerações.

*...É bom lembrar também que os termos suave, persuadir, persuasão e persuasivo provêm da mesma raiz latina SVAD – “doce, doçura” – e pertencem à mesma família de palavras. Esta relação com a ideia de “doçura” ou “suavidade” reforça ainda mais a recomendação de que a comunicação escrita (bem como todos os outros tipos de comunicação, é claro!) deve ser agradável e ter uma função lubrificante e persuasiva a fim de que as pessoas, a quem solicitamos a colaboração, sejam estimuladas a produzir a resposta de que necessitamos.*

A teoria encontra sustentação nas críticas da *Rolling Stone*. Na construção textual de seus pensamentos, os jornalistas usam, como sugere Blikstein, “lubrificantes”. Que funcionam “para o bem” e “para o mal”. No segundo caso, servem também para tornar mais ameno o percurso até o golpe fulminante. Podem, dessa forma, evitar o surgimento imediato da fúria do público, que, dependendo do grau de admiração pelo artista “alvejado”, poderia passar facilmente para o texto ao lado ou a próxima página. A suposta sutileza, expressa por meio de palavras e conceitos, vai nutrindo as expectativas e, ao mesmo tempo, fornecendo informações importantes para o veredito, como no texto (p. 97) sobre o disco *Bionic*, da estrela *pop* Christina Aguilera, publicado na edição de julho (número 46) e redigido pelo editor-assistente Paulo Terron.

*Fato: as melhores músicas do quarto disco de Christina Aguilera são as que não lembram o que a cantora fez no passado. Em “Bionic”, produzida por Switch e John Hill, ela lembra M.I.A. – semelhança ainda mais clara em “Elastic Love”, coescrita pela cingalesa. E aí há “My Girls”, produzida e coescrita pelo Le Tigre (soando como uma versão menos nervosa do grupo de Kathleen Hanna). “Woohoo” tem uma batida ousada criada por Polow Da Pon, mas o vocal gritado de Xtina soa deslocado ao lado da convidada Nicki Minaj. E quando você é a pior parte de seu próprio disco... Bom, talvez seja o caso de repensar a carreira.*

O jornalista demonstrou a habilidade de captar a atenção logo no *lead*, o que Blikstein chama de “pescar” o leitor por meio de ganchos fortes. Segundo

ele, deve-se esfriar a mensagem a fim de atingir o objetivo. Isso significa enviar textos que não exijam grande esforço de entendimento e atraiam o leitor. A mensagem precisa de simplicidade e ser menos carregada de informações. Assim, a descodificação do destinatário fica mais confortável. De acordo com Blikstein, tal característica consiste na técnica desenvolvida pelo canadense Marshall McLuhan na teoria da temperatura da comunicação, explicada no livro *Understanding media* (1964), que, no Brasil, foi lançado cinco anos mais tarde como *Os meios de comunicação como extensões do homem*.

No texto de Terron, os elementos sugeridos pelo professor estão presentes. Como desfecho, um apelo que, apesar de soar autoritário, demonstra coerência com a nota que o redator deu ao disco. Na ficha técnica, sempre ao lado do nome do artista, todas as resenhas vêm acompanhadas de estrelas que, de um a cinco, mostram um resumo semiótico da avaliação que será lida. O CD da cantora *pop* recebeu apenas uma. Somando-se a isso está o fato de que, num repertório de 18 canções, apenas quatro foram destacadas. Tudo anda na mais perfeita harmonia com o que Terron demonstrou pensar da obra.

É fundamental focar a maneira como ele inicia o texto. Ao dizer “Fato: as melhores músicas do quarto disco de Christina Aguilera são as que não lembram o que a cantora fez no passado”, fecha as portas para o debate. Existe uma opinião que prevalece e contra a qual não existem argumentos; aliás, como prega o ditado popular, contra fatos não há argumentos. Parece que, categórico, quer convencer em vez de persuadir.

## CAPÍTULO 3

### A OPERAÇÃO ARGUMENTATIVA

Mas, afinal, convencer não é sinônimo de persuadir? Segundo a definição do dicionário *on-line* Aulete, sim.

*(con.ven.cer)*

v.

1. *Persuadir (alguém) com razões, argumentos ou fatos; adquirir certeza, convicção de algo de que se duvidava. [tdr. + a, de: A campanha pretende convencer as pessoas a se vacinarem: convencer os jurados da inocência do réu.] [tr. + de: Com campanha, a sociedade convenceu-se da importância da prevenção de doenças.]*

2. *Pop. Ter plena aceitação por parte de (público, crítica, eleitores etc.). [td.: O desempenho da atriz mirim convenceu a plateia.] [int.: A atuação do Fluminense na final convenceu.]*

A segunda edição revista e ampliada do dicionário Aurélio da Língua Portuguesa (1997, p. 470) não deixa dúvidas: são sinônimos.

**convencer.** [Do lat. *Convincere*] V.t.d. 1. *Persuadir de determinada coisa: Os argumentos acabaram convencendo-o. T.d. e i. 2. Persuadir com razões,*

*argumentos ou fatos a reconhecer alguma coisa: “o amigo Gonçalves... convenceu de que semelhante ato seria rematada loucura. “(Machado de Assis, Relíquias de Casa Velha, p. 112); “la poisando a cesta em cima do balcão, ... na ânsia de convencer o comerciante a aceitar o negócio.” (João da Silva Correia, Farândola, p. 48). P. 3. Adquirir certeza, ficar persuadido; persuadir-se: “Cada vez me convenço mais do que assegura Anatole França: são as ideias que governam o mundo”. (Martins Fontes, Terras da Fantasia, p. 38). [Conjug.: v. vencer.]*

No entanto, o professor titular de Língua Portuguesa da UNESP, campus de Araraquara, e professor associado da Universidade de São Paulo Antônio Suárez Abreu aponta para as diferenças entre as ações em *A arte de argumentar, gerenciando razão e emoção* (2008, p. 25).

*Convencer é saber gerenciar informação, é falar à razão do outro, demonstrando, provando. Etimologicamente, significa vencer junto com o outro (com + outro) e não contra o outro. Persuadir é saber gerenciar relação, é falar à emoção do outro. A origem dessa palavra está ligada à preposição per, “por meio de”, e à suada, deusa romana da persuasão. Significava “fazer algo por meio do auxílio divino”. Convencer é construir no campo das ideias. Quando convencemos alguém, esse alguém passa a pensar como nós. Persuadir é construir algo no campo das emoções, é sensibilizar o outro para agir. Quando persuadimos alguém, esse alguém realiza algo que desejamos que ele realize.*

A professora Koch trafega por caminho semelhante em *Linguagem e Persuasão* (1987, p. 20).

*Chaim Perelman (1970) – filósofo e jurista – ressalta que a argumentação visa a provocar ou a incrementar a “adesão dos espíritos” às teses apresentadas ao seu assentimento, caracterizando-se, portanto, como um ato de persuasão. Enquanto o ato de **convencer** se dirige unicamente à razão, através de um raciocínio estritamente lógico e por meio de provas objetivas, sendo, assim, capaz de atingir um “auditório universal”, possuindo caráter puramente demonstrativo e atemporal (as conclusões decorrem naturalmente das premissas, como ocorre no raciocínio matemático), o ato de **persuadir**, por sua vez, procura atingir a vontade, o sentimento do(s) interlocutor(es), por meio de argumentos plausíveis ou verossímeis e tem caráter ideológico, subjetivo, temporal, dirigindo-se, pois, a um “auditório particular”: o primeiro conduz a certezas, ao passo que o segundo leva a inferências que podem levar esse auditório – ou parte dele – à adesão aos argumentos apresentados.*

O professor Abreu explica também que, muitas vezes, conseguimos convencer as pessoas sem, contudo, persuadi-las, “fenômeno” que pode muito bem ter ocorrido com a resenha do disco de Christina Aguilera entre os fãs mais leais. O texto é claro. E o redator demonstra convicção no que afirma. A

coerência não significa, porém, que os admiradores da cantora tenham sido persuadidos de que ela é a pior parte do trabalho. O mais interessante é que o jornalista intercala informação precisa, como quando diz que é o quarto disco de Christina Aguilera, com momentos à “flor da pele”. Exemplos: “As melhores músicas são as que não lembram o que a cantora fez no passado” e “Bom, talvez seja o caso de repensar a carreira”. Assim funciona a maior parte das resenhas da *Rolling Stone*. Seus autores trafegam entre a objetividade da razão e a subjetividade da emoção.

### **3.1 – Em busca da coerência**

Em seis meses de acompanhamento à seção de CDs, percebeu-se que o disco de Christina Aguilera foi o único de um universo de mais de 100 que recebeu uma estrela, que, claro, é a pior avaliação. Entre junho e novembro de 2010, a maior parte dos álbuns situou-se na faixa de duas e meia a três e meia. O editor-assistente Paulo Cavalcanti explica a lógica.

*Muitos falam que as resenhas da Rolling Stone são “boazinhas” demais. A ideia não é simplesmente malhar os discos e sim apontar os pontos positivos e negativos, mas com critério e bom senso. Se o material for muito ruim e desinteressante, fica de fora. Afinal, o espaço é curto e precioso.*

Se por um lado a equipe dificilmente faz críticas duras, optando, em tese, por um estilo mais sóbrio e equilibrado, por outro raramente concede nota máxima. Durante o período, apenas três obras foram agraciadas com cinco estrelas. É o caso de *Gal Total*, box da cantora Gal Costa (ed. 49; p.170); e dos

relançamentos *Os Anos Dourados*, de Dolores Duran (ed. 45; p. 140); e *Raw Power – Legacy Edition*, de Iggy & The Stooges (ed. 45; p. 140). No caso do pacote de Gal, Cavalcanti justifica a nota com um discurso bastante coeso. Suas argumentações foram construídas com palavras que vão muito além da classe dos adjetivos. Agarram-se na grandeza dos fatos que envolveram os álbuns. Com descrições e até inferências discretas, o redator traça um raciocínio com o qual quer, no mínimo, convencer os leitores do que está falando. A avaliação positiva começa no título com a escolha da palavra *diva* (substantivo que representa deusa, divindade feminina, mulher bela, “cantora” ou atriz notável; aliás, em virtude de sua força, os substantivos são bastante utilizados), segue pela “linha fina” (texto abaixo do título que tem o objetivo de sintetizar as informações da matéria, da reportagem ou da resenha, dando uma ideia geral do conteúdo), adentra o *lead* e segue até as últimas palavras.

#### *De Tropicalista a Diva Glamurosa*

##### *Esperada caixa compila a época de ouro da cantora*

*O box tem tudo que Gal Costa gravou na Philips e na Polygram. Em Domingo (1967), Gal dividiu espaço com Caetano Veloso. Já Gal Costa (1969), Gal (1969), LeGal (1970) e Fa-Tal (1971) marcam o apogeu tropicalista e experimental de Gal, com a cantora dando interpretações definitivas para canções de Caetano Veloso e Tom Zé, reinterpretando de forma magnífica a obra de Roberto Carlos e Erasmo Carlos e apresentando ao grande público compositores como Jards Macalé e Luiz Melodia. E a guitarra de Lanny Gordin faz a diferença nestes discos. Índia (1973), com sua capa ousada e a regravação do clássico sertanejo que dá nome ao disco, dividiu opiniões. Cantar (1974) era uma viagem à bossa nova, com releituras de canções de Carlos Lyra e João Donato. No ano seguinte,*

*veio Gal Canta Caymmi, tributo ao mestre baiano. Caras e Bocas (1977) marcou um passo para o som mais comercial. Com Água Viva, que trouxe o hit “Folhetim”, (1978), Gal Costa entrou em sua fase glamurosa. Gal Tropical (1979) foi puxado por Balancê. Em Aquarela do Brasil (1981) o homenageado era Ary Barroso. Já Fantasia (1981), que trouxe os megahits “Meu Bem, Meu Mal” e “Festa do Interior”, foi um daqueles discos que todo mundo na época comprou. A caixa ainda tem Minha Voz (1982) e Baby Gal (1983), típicos da safra oitentista de Gal. O CD duplo Divina Maravilhosa vem como bônus e junta raridades e faixas perdidas.*

Dizer que a caixa tem tudo que Gal produziu no período em que era contratada das gravadoras Philips e Polygram parece tratar-se apenas de um box completo, fato que, para muitas pessoas, já seria suficientemente convincente. É preciso, entretanto, olhar para o contexto histórico em que as duas companhias fonográficas estavam inseridas à época a fim de enxergar o que as entrelinhas sugerem. Ambas as gravadoras faziam parte do seleto grupo das “majors” do setor nos anos 1960. Representavam grifes que somente artistas de grande prestígio tinham condições de ostentar, o que complementa o raciocínio da primeira linha da resenha. Quando fala do disco de estreia, o jornalista não menciona o nome de Caetano Veloso com o simples intuito de informar. Deseja, no fundo, “persuadir”. Porque, se o cantor estava dando os primeiros passos da carreira em 1967, tornou-se uma das principais referências da música brasileira dentro e fora do país mais de 40 anos depois. Com isso, a presença dele dá consistência a qualquer trabalho em que apareça.

Caetano, ao lado de Gilberto Gil, Tom Zé, Torquato Neto, Os Mutantes e Gal Costa, entre outros, marcou o movimento cultural chamado de Tropicália, cujo ápice também foi contemplado nesse pacote de Gal. A caixa inclui quatro

discos tropicalistas considerados antológicos pela imprensa especializada. Afora recorrer a adjetivos para qualificar ações da cantora que podem ser comprovadas com a simples audição dos trabalhos – como dando interpretações “definitivas” para canções de Caetano Veloso e Tom Zé e reinterpretando de forma “magnífica” a obra de Roberto Carlos e Erasmo Carlos –, o jornalista menciona a participação de duas figuras que, atualmente, desfrutam credibilidade tanto de fãs quanto de críticos de MPB. São eles Jards Macalé e Luiz Melodia. Cavalcanti afirma que Gal apresentou ao grande público os dois compositores. A partícula “e” que inicia o quarto período do texto, além de estabelecer a óbvia conexão imediata com o que foi dito, adiciona uma informação deveras relevante para os leitores. Trata-se da presença de Lanny Gordin, que, embora possa parecer mais um, é um ilustre. Um “sujeito” que, como se diz popularmente, faz a diferença. Em artigo especial para a *Folha Online*, publicado em 7 de novembro de 2001, o crítico musical Carlos Calado, autor dos livros *Tropicália - a história de uma revolução musical* e *A divina comédia dos mutantes*, escreveu sobre o retorno do guitarrista e explicou quem é Gordin e o que representa para a música nacional.

*A maior lenda da guitarra no Brasil ressurge com mais um episódio incomum. Depois de viver quase três décadas no ostracismo, Lanny Gordin grava seu primeiro álbum como solista. O CD chega ao mercado no início de dezembro, em lançamento do selo paulista Baratos Afins. Trata-se do esperado retorno do músico que deixou sua marca originalíssima nos discos tropicalistas de Gal Costa, Jards Macalé, Gilberto Gil e Caetano Veloso. Também influenciou guitarristas conceituados, como Pepeu Gomes (Novos Baianos) e Sérgio Dias (Mutantes), entre outros. No início dos anos 70, ele já era a grande sensação da guitarra no país. Escolhido pelo maestro tropicalista Rogério Duprat*

*para gravar a maioria de seus arranjos e experimentações de estúdio, Lanny também era disputado por astros da MPB e do pop nacional - de Elis Regina a Erasmo Carlos, numa lista que ainda passa pelo soulman Tim Maia. Descendente de russos e poloneses, Alexander Gordin nasceu em Xangai, na China. Desembarcou com a família no Brasil, em 1958. Autodidata, aos 16 anos já chamava a atenção tocando sua guitarra na boate do pai, a lendária Stardust (na Praça Roosevelt, centro de São Paulo), ao lado de músicos mais experientes, como Hermeto Pascoal e Heraldo do Monte, cujas dicas o ajudaram a evoluir rapidamente.*

Até concluir a resenha, Cavalcanti descreve, rapidamente, todos os outros nove discos que compõem o *box*. Segue com a tática de citar dados “despretensiosos” que despertam algum tipo de sentimento no público. Um exemplo é o trecho no qual afirma que o disco *Fantasia*, lançado em 1981, foi um desses álbuns que todo mundo na época comprou. Com uma frase feita, sugere que o álbum é um *blockbuster* em razão dos sucessos “Meu Bem, Meu Mal” e “Festa do Interior”. O *grand finale* – ou, apelando novamente à linguagem popular, a cereja do bolo – soa como apelo publicitário: a caixa tem como “bônus” (note, mais uma vez, a presença de um substantivo forte), que é uma espécie de brinde, o CD duplo *Divina Maravilhosa* com suas raridades e faixas perdidas. O que era para ser uma resenha transformou-se num argumento de vendas perfeito para a gravadora. Muitas companhias, aliás, aproveitam material editorial veiculado em grandes meios de comunicação para fazer anúncios, supondo que aquilo lhes renda benefícios.

### **3.2 – A narrativa a serviço da argumentação**

Outro disco que ganhou cinco estrelas, o relançamento *Os Anos Dourados* (ed. 45; p. 140), de Dolores Duran, foi resenhado por Paulo Cavalcanti, que pôs em prática recursos semelhantes ao que utilizou no texto acerca de Gal Costa, mas acrescentou pitadas narrativas ao discurso argumentativo de que lançou mão.

*O nome de Dolores Duran (1930-1959) anda meio esquecido, por isso este box, com oito CDs, é de suma importância para fãs e estudiosos da música brasileira. Adileia Silva da Rocha, seu nome verdadeiro, nasceu no Rio de Janeiro e entrou logo na vida artística. Conseguiu se destacar em meio a inúmeras cantoras da época por um motivo: ela também compunha, uma raridade na época. Dolores logo se tornou um dos ícones da fossa e do samba-canção, compondo os clássicos “Castigo”, “A Noite do Meu Bem” e “Estrada do Sol”. Dolores até deu uma força ao iniciante Tom Jobim, escrevendo algumas canções com ele. A cantora e compositora, que sofria do coração, abusava das drogas e bebidas e foi encontrada morta em casa. Seis CDs deste box são dedicados ao lado intérprete de Dolores. Os outros dois destacam Dick Farney, Doris Monteiro, Cauby Peixoto e muitos outros dando vida às canções de Dolores.*

Como se observa, há uma tentativa, logo na introdução, de convencer os leitores de que a caixa de Dolores é fundamental. Segundo o redator, trata-se de material importante para lembrar a obra de uma cantora de grande envergadura para a MPB. A partir da próxima frase, o editor-assistente passa a intercalar, com os dados da carreira da artista, a narração dos fatos ocorridos

na vida dela. Cita o nome completo de Dolores, diz onde nasceu, fala do envolvimento da cantora com as drogas e o álcool, revela que tinha problema de coração e afirma que foi encontrada morta em casa. Cavalcanti extrapola o terreno das ideias até chegar ao campo das emoções numa demonstração clara de que quer atingir os corações para dominar as mentes, recurso, aliás, que usa com certa constância.

### **3.3 – As aparências enganam**

O terceiro CD a ganhar cinco estrelas da *Rolling Stone*, dada mais uma vez pelo editor-assistente Paulo Cavalcanti, chama-se *Raw Power – Legacy Edition*, de Iggy & The Stooges (ed. 45; p. 140), e traz uma abordagem um pouco diferente das duas desenvolvidas antes. Dotada de um tom aparentemente mais informativo, está impregnada de fatos relevantes, disfarçados de dados precisos, para os quais o jornalista aponta com o objetivo de mostrar coerência entre a nota dada e os méritos do disco.

*Lançado em 1973, Raw Power foi o terceiro álbum de Iggy Pop & The Stooges. O disco foi ignorado na época de seu lançamento, mas com o passar do tempo se tornou uma das bíblias do movimento punk. Marcou também uma fase de transição para os Stooges, que agora tinham James Williamson na guitarra. A edição dupla de luxo ganha edição nacional, trazendo a mixagem original feita por David Bowie (que produziu o álbum) e uma apresentação dos Stooges feita em Atlanta em 1973.*

Se a primeira frase é matemática, já que apresenta brevemente o álbum ao público com informações históricas, a segunda começa a desenvolver o raciocínio para justificar a avaliação. Ao afirmar que a obra tornou-se uma das bíblias (substantivo que vem para conceder peso ao relato, soando quase com um adjetivo) do movimento *punk*, quer dizer que o álbum é material fundamental, básico, “sagrado” na discografia dos admiradores do estilo. Afora essa contundente observação, o jornalista cita mais três informações que constroem uma forte linha argumentativa: edição dupla de luxo que ganha versão nacional (agora, você vai poder entender o que está escrito nos encartes), mixagem original assinada por David Bowie (um dos maiores astros da música *pop* de todos os tempos) e apresentação da banda realizada em 1973 (“material raro para colecionador nenhum botar defeito”). Se faltavam motivos para entender as cinco estrelas, eles foram entregues de “bandeja” ao leitor.

## CONCLUSÃO

Após a leitura de mais de 100 resenhas, foram identificados dois grupos de profissionais. Aqueles que opinam abertamente, recorrendo com frequência às injunções; e os que agem com pretensa sutileza. De maneira geral, no diálogo estabelecido entre jornalistas e leitores, nenhuma informação é concedida gratuitamente. Algumas vezes, ela tem um preço que o público paga quase sem perceber. Esse “fenômeno” ocorre em razão da hierarquização com que são dispostas e da habilidade do redator em pinçar do léxico palavras que se encaixam com precisão e discrição no sentido que ele quer dar aos períodos. Esses dois fatores são as marcas argumentativas mais comuns em profissionais que sabem utilizar dados técnicos como catalisadores para conseguir o que desejam. Com essas estratégias, parecem dar mais consistência aos valores que querem inculcar na cabeça da audiência.

Na maioria dos casos, o “preço” da informação está explícito. Os atos de convencer e persuadir aparecem estampados em variadas classes de palavras. Ênfase dada pelo uso corrente e a força: a dos adjetivos e a dos substantivos. Como em qualquer outro ambiente, os adjetivos são utilizados para caracterizar substantivos. Na *Rolling Stone*, são empregados para classificar CDs, músicas, arranjos e até os próprios artistas. Atribuem-lhes valores, qualidades ou defeitos e denotam o caráter assertivo do redator. Seus efeitos mostram-se poderosos. Não apenas “rotulam”, determinam e tentam “convencer”. Também revelam, muito, da personalidade do jornalista, a maneira como cada um enxerga o mundo e com ele se relaciona. Escancaram, por vezes, as idiossincrasias do crítico de música na condição de homem (mais de sua relação social é retomada a seguir). Recorro à definição do *Dicionário de linguística* (2006, p. 21-2), de autoria de Jean Dubois, Mathée Giacomo, Louis Guespin, Christiane Marcellesi, Jean-Baptiste Marcellesi e Jean-Pierre Mevel, para complementar e fundamentar a explicação sobre adjetivo.

*A gramática tradicional define o adjetivo como a palavra que se une ao substantivo para exprimir a qualidade do objeto ou do ser, ou da noção designada por esse substantivo (adjetivo qualificativo), ou então para fazer com que esse substantivo seja atualizado numa frase (adjetivo determinativo). Adjetivos tão diversos como baixo, negro, frágil, pequeno, feio, gracioso, machadiano, soberbo, municipal, espiritual são qualificativos. Por outro lado, a lista de determinativos é relativamente restrita, mas eles se diferenciam em adjetivos numerais, possessivos, relativos, interrogativos (e exclamativos) e indefinidos. Se levarmos em consideração o critério do sentido, deveremos constatar todavia que, em muitos de seus empregos, o adjetivo qualificativo não apenas caracteriza (ou qualifica), mas também determina. Assim, Ela vestia uma blusa vermelha, vermelha faz-nos distinguir, entre as demais blusas, uma, que é assim individualizada. Por isso, alguns dos gramáticos franceses preferem denominá-los não-qualificativos. A nossa gramática os chamava de adjetivos determinativos, às vezes incluindo o artigo como adjetivo articular. A NGB chama-os pronomes substantivos e pronomes adjetivos, mas exclui da classe o artigo e o numeral, designado por esses nomes.*

Essenciais na construção de textos de todos os gêneros, os substantivos, principalmente aqueles que dispensam qualquer tipo de qualificação, também são muito usados em resenhas. O título do texto sobre o box da cantora Gal Costa é um bom exemplo. Ser chamada de diva na abertura exprime muito do conteúdo que será lido. A palavra é suficiente para que o leitor entenda o recado imediatamente, e o redator seja feliz na transcrição de suas intenções para o papel – diva ganha um adjetivo

(glamurosa) para efeito estético. O mesmo ocorre com o vocábulo *bíblia*, que aparece no meio do texto a respeito de *Raw Power – Legacy Edition*, de Iggy & The Stooges. A palavra não necessita de complemento algum para dar a dimensão exata do tamanho da representatividade da obra, que serviu de parâmetro para muitos outros artistas. Uma rápida consulta ao livro *Gramática escolar da língua portuguesa*, do professor Evanildo Bechara, fornece uma visão precisa da importância do substantivo (2006, p.70).

*É a classe de palavra que se caracteriza por significar o que convencionalmente chamamos objetos substantivos, isto é, em primeiro lugar, substâncias (homem, casa, livro) e, em segundo lugar, quaisquer outros objetos mentalmente apreendidos como substâncias, quais sejam qualidades (bondade, brancura), estados (saúde, doença), processos (chegada, entrega, aceitação).*

Outra constatação é a de que, por mais que as estruturas sejam semelhantes, não há sequências fixas estabelecidas na construção das resenhas. Em boa parte delas, verificou-se um raciocínio opinativo e conclusivo no *lead*, que retorna no desfecho, complementando a ideia inicial. Não existe ainda a preocupação de apresentar o artista e a carreira dele, embora alguns jornalistas recorram a discos anteriores para estabelecer parâmetros com o CD analisado. A maior preocupação é com a obra resenhada. Nesse contexto, entra o apoio do gênero descritivo, utilizado para dar sustentação às avaliações. A força da narração, por sua vez, pouco aparece. Os críticos da *Rolling Stone* não aproveitam a possibilidade de contar histórias. Apesar da liberdade que têm para escrever, soam de forma homogênea, mantendo a identidade e a unidade da publicação, como explica o editor-assistente Paulo Cavalcanti.

*Não existe uma cartilha, mas as pessoas que têm a responsabilidade de escrever as resenhas precisam conhecer a linguagem da revista e seu histórico jornalístico. É necessário respeitar certa unidade editorial. Todos os guidelines (tamanho, prazo, ficha técnica) são passados. E os jornalistas os respeitam. A ideia é que cada um apresente seu estilo e sua linguagem própria. O ideal é que haja o mínimo de interferência dos editores. Se não, tudo também fica monótono e repetitivo. Os cortes, as mudanças e os ajustes ficam por conta dos editores, claro. O que for supérfluo ou excedente fica de fora, mas a essência do texto original é sempre mantida.*

Pelo resultado apresentado na revista, os esclarecimentos de Cavalcanti demonstram lógica. Segundo o experiente jornalista, a revista conta com profissionais tarimbados. Seus textos exigem ajustes mínimos na fase de edição. Mesmo assim, a adequação ocorre e compromete o dia a dia do editor-assistente. Os reflexos sobressaem nas resenhas redigidas por ele. Apesar de serem eficientes, apresentam, às vezes, repetição de palavras que não demonstra função argumentativa. Somente torna os textos menos elegantes. Por outro lado, denota o ritmo intenso e estressante da redação, que, embora confeccione uma publicação por mês, tem aproximadamente duas semanas para fechar o conteúdo deliberado na reunião de pauta, uma vez que é preciso descontar o período em que a revista permanece na diagramação e, depois, na gráfica; cada etapa dessas consome, no mínimo, sete dias.

Aliás, abro um parêntese para abordar, resumidamente, o tema repetição. Recorro ao livro da professora Koch *O texto e a construção dos sentidos* (1997, p. 94, 5, 6), em que ela diz que o recurso é uma forma de

aprendizagem que permite a assimilação do novo por meio do que já é conhecido. A discussão em torno da repetição como mecanismo textualizador é fator pertinente a este trabalho.

*...é impossível a existência de textos veiculadores exclusivamente de informação nova, já que, para a ancoragem da informação desconhecida, faz-se necessária a informação contextualmente dada, que precisa ser repetida por diversas vezes no desenrolar do texto. Assim sendo, a repetição deve ser vista como um mecanismo essencial no estabelecimento da coesão textual.*

Quando utilizado intencionalmente, esse recurso tem função retórica (didática, intensificadora ou argumentativa). A professora chama a estratégia informalmente de “técnica da água mole em pedra dura”.

*...repete-se como meio de “martelar” na mente do interlocutor até que ele se deixe persuadir. A reiteração de um mesmo item lexical, de uma expressão ou descrição definida, o paralelismo (rítmico e sintático), a recorrência de elementos fonológicos e, evidentemente, os vários tipos de paráfrase têm basicamente essa função. Reformulações parafrásicas, em geral introduzidas por marcadores específicos (isto é, ou seja, ou melhor, quer dizer, em outras palavras, em síntese, em resumo etc.), têm por função reajustar, precisar melhor o que foi anteriormente*

*enunciado, reiterando, ao mesmo tempo, as ideias e os argumentos básicos para assim obter a concordância e/ou a adesão do interlocutor, vencendo-lhe a resistência.*

Retornando às considerações, chega-se à conclusão de que o jornalista musical, como qualquer cidadão, integra um sistema formado por posições políticas, econômicas, sociais e, sobretudo, culturais, não conseguindo realizar o exercício árduo de afastar-se das raízes nem dos princípios que cultivou para exercer a função. Influenciado por todo o repertório cognitivo que acumulou ao longo da vida e as próprias convicções, elabora as análises. Como diz Fairclough (2001, p. 91), seu discurso é um modo de ação, uma forma de agir sobre o mundo e especialmente os outros, e também um modo de representação. São arquitetos que usam as palavras para construir suas obras, seus conceitos, seus significados e expor sua maneira de entender a sociedade e posicionar-se perante ela.

*...o discurso é moldado e restringido pela estrutura social no sentido mais amplo e em todos os níveis: pela classe e por outras relações sociais em um nível societário, pelas relações específicas em instituições particulares, como o direito ou a educação, por sistemas de classificação, por várias normas e convenções, tanto da natureza discursiva como não-discursiva, e assim por diante. Os eventos discursivos específicos variam em sua determinação estrutural segundo o domínio social particular ou o quadro institucional em que são gerados. Por outro lado, o discurso é socialmente constitutivo. Ele contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o*

*restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significados.*

E as resenhas, de fato, refletem o entendimento de mundo e música de seus produtores, que demonstram, claro, mais ou menos “familiaridade” com este ou aquele gênero, com este ou aquele CD, com este ou aquele artista. Independentemente de suas preferências, os jornalistas empregam elementos argumentativos o tempo todo nesse diálogo. Querem convencer os leitores ou, como sustenta o professor Octávio de Freitas, persuadi-los intencionalmente de algo em que eles, redatores, acreditam. Durante esse processo, recorrem a várias ações para dar “corpo” ao que escrevem, como apontar para erros e acertos dos discos analisados, mostrar uma visão mais crítica e até mais dura acerca de determinados trabalhos, exibir a própria bagagem no assunto (por vezes, extensa), provocar deliberadamente a audiência e satisfazer interesses próprios. Se, com isso, conseguem vender mais exemplares ou atrair a audiência para seu lado, não se sabe, mas, no mínimo, são capazes de gerar polêmicas que originam discussões, debates e subsídios para estudos, como este aqui, em torno de seus complexos, peculiares e ainda pouco explorados macetes retóricos.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. **A Arte de Argumentar: Gerenciando Ação e Emoção**. 11ª Ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

AULETE, dicionário *on-line*. UOL  
([http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete\\_digital&op=loadVerbete&pesquisa=1&palavra=pin%E7ar](http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete_digital&op=loadVerbete&pesquisa=1&palavra=pin%E7ar)) – acessado em 15 de novembro, às 14h30

BECHARA, Evanildo. **Gramática Escolar da Língua Portuguesa**. 6ª Reimpressão. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2006.

BENTO, André Lúcio; ORMUNDO, Joana da Silva; e VIEIRA, Josenia Antunes (org.). **Discursos nas Práticas Sociais – Perspectivas em Multimodalidade e em Gramática Sistêmico-Funcional**. 1ª Ed. São Paulo: ANNABLUME Editora, 2010

BLIKSTEIN, Izidoro. **Técnicas de Comunicação Escrita**. 12ª Ed. São Paulo: Ática, 1995.

BRETON, Philippe. **A Argumentação na Comunicação**. 2ª Ed. Bauru, SP: Edusc, 2003.

CALADO, Carlos. **Artigo especial para a Folha Online**. São Paulo: Folha, 2001 (<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u18852.shtml>) – acessado em 18 de novembro, às 13h41.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. 10ª Ed. São Paulo: Ática, 1995.

DUBOIS, Jean; GIACOMO, Matheé; GUESPIN, Louis; MARCELLESI, Christiane; MARCELLESI, Jean-Baptiste; e MEVEL, Jean-Pierre. **Dicionário de linguística**. 10ª Reimpressão. São Paulo: Editora Cultrix, 2006.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. 2ª Ed. Brasília: Editora UnB, 2001.

FREITAS, Octávio de. **A Lógica e a Teoria da Comunicação**. 1ª Ed. São Paulo: Plêiade, 1995.

FRIENDLANDER, Paul. **Rock and Roll – Uma História Social**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e Método II: Complementos e índice**. 2ª Ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2002.

HOLANDA, Aurélio Buarque de. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Nova Fronteira, 1997.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Argumentação e Linguagem**. 2ª Ed. São Paulo: Cortez Editora, 1987.

KOCH, Ingedore G. Villaça. **O Texto e a Construção dos Sentidos**. 1ª Ed. São Paulo: Editora Contexto, 1997.

MARTINS, Maria Helena. **O Que é Leitura**. 19ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

NOVA ESCOLA, REVISTA. **Matéria sobre cultura *pop* consultada no site da publicação** (<http://revistaescola.abril.com.br/arte/fundamentos/cultura-pop-michael-jackson-481091.shtml>). Editora Abril. Página acessada em 10 de março, às 9h49.

RAYNOR, Henry. **História Social da Música – Da Idade Média a Beethoven**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop**. 1ª Ed. São Paulo: editora hedra, 1999.