

Credibilidade, informação e acontecimento no *Whiplash.net*: produção e consumo de fãs no retorno do “Black Sabbath”

Frederico de Mello Brandão Tavares*
Rayana Sara Almeida da Silva**

Resumo

O portal de notícias Whiplash.net, especializado nos estilos musicais rock e heavy metal, possui conteúdo colaborativo elaborado, essencialmente, pelos próprios leitores. Opera-se no site, por usuários que são fãs, uma espécie de circuito informativo que, de alguma forma, coloca em cena questões jornalísticas e comunicativas, tangenciando um ethos profissional e práticas sociais que envolvem o mundo das celebridades, do culto ao artista e da cena musical. Neste artigo, baseando-se em 399 textos publicados entre 2011 e 2014 sobre o retorno da banda britânica Black Sabbath depois de trinta anos de separação, foram analisadas as matérias colaborativas realizadas e sua circulação, observando os fluxos de postagens e comentários no site. Partindo do acontecimento em questão e de sua dimensão hermenêutica, problematizou-se – do ponto de vista da produção e do consumo de conteúdos informativos na contemporaneidade e das chamadas “mudanças estruturais no jornalismo” – esse tipo de jornalismo, seu caráter, sua natureza e sua credibilidade.

Palavras-chave: *Whiplash.net. Jornalismo participativo. Credibilidade. Acontecimento. Informação.*

* Professor adjunto da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

** Jornalista formada pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)..

Outro jornalismo?

Nos dias atuais, em muitos *sites* especializados na colaboração de informações culturais, os envolvidos contam suas experiências de visitas a exposições, shows musicais, espetáculos teatrais e acontecimentos relacionados à cultura local de forma a explicitar sua opinião e também auxiliar na divulgação desses eventos. O portal brasileiro de notícias *Whiplash.net* é especializado nos estilos musicais *rock* e *heavy metal* e oferece material informativo de diversos gêneros ao leitor, enfatizando essa ótica cultural. Nele, quem produz o material não é uma empresa jornalística, mas sim os próprios usuários do *site*, de forma não remunerada e colaborativa. O *site*, segundo dados do Google Analytics, disponibilizados pelo próprio *Whiplash.net*, alcança a marca de maior *site* especializado em *rock* em todo o Brasil com mais de 8,5 milhões de visualizações por mês (WHIPLASH.NET, 2013b). O portal foi um dos pioneiros a permitir que seus usuários comentassem e produzissem material autoral, já em meados de 1996.

O público que produz o conteúdo difundido é o mesmo que lê e debate sobre o assunto no espaço a isso destinado. Opera-se ali, por usuários que são fãs, uma espécie de circuito informativo que, de alguma forma, coloca em cena questões jornalísticas e comunicativas marcantes, tangenciando um *ethos* profissional e, ao mesmo tempo, práticas sociais que envolvem o mundo das celebridades, do culto ao artista e da cena musical. A análise do *site* e do fluxo de postagens de suas “matérias” e os respectivos comentários oferecem uma leitura desse cenário.

No *Whiplash.net*, uma das bandas mais “noticiadas” é a britânica *Black Sabbath*. O grupo é um dos mais acessados e citados no *site*, com mais de 12 milhões de acessos em cerca de 1.700 matérias publicadas. Ultrapassada em números pelas concorrentes *Metallica*, *Guns N’ Roses* e *Iron Maiden* (19, 22 e 24 milhões de acessos, respectivamente), hoje, a banda *Black Sabbath* se encontra em situação de destaque dada a reunião de sua formação instrumental original após mais de 30 anos de seu rompimento. A partir de 2010, quando houve o anúncio de um possível retorno da banda, especulações entre os fãs foram iniciadas. Em novembro de 2011, a confirmação de retorno se deu e, em 2013, com a turnê mundial, a volta se concretizou.

Sabe-se que um acontecimento provoca e diz respeito a mudanças em um fluxo temporal (QUÉRÉ, 2005) e sua recepção pública “não compreende apenas um simples acolhimento daquilo que se passou e foi relatado, nem se resume à manifestação pública de atitudes, reações, opiniões, mas consiste num processo coletivo de individuação e de socialização”

(FRANÇA, 2011, p. 67). O retorno da banda *Black Sabbath*, inserido no contexto *Whiplash.net*, originou um fluxo enorme de notícias, resenhas, artigos de opinião, arquivos de vídeo, foto, áudio e entrevistas, todo ele enquadrado no funcionamento do *site* e, também, marcado pela natureza colaborativa que o permeia. Nesse processo comunicativo, ganhou evidência a maneira como o fã escreveu sobre seu ídolo, criando significados sobre ele e sobre si mesmo.

De março de 2011 a janeiro de 2014, foram 514 postagens sobre o *Black Sabbath*. Nesse universo, selecionamos as 399 matérias relacionadas ao retorno da banda, concentrando-as, após um mapeamento e análise prévia, em quatro pontos temáticos relevantes (observado o fluxo de informações do *site*): 1. os rumores anteriores a divulgação oficial da confirmação da reunião da banda; 2. o câncer do guitarrista Tony Iommi, que colocou em dúvida essa volta do grupo; 3. a não permanência do baterista Bill Ward decorrente de questões legais de seu contrato; e 4. a realização dos shows por todo o mundo, inclusive em quatro cidades brasileiras.

Construídos esses eixos, analisamos tais matérias colaborativas e buscamos o entendimento acerca da prática desse tipo de “jornalismo”, problematizando seu caráter e sua credibilidade, operando conceitos do universo de estudos jornalístico, comunicacional e digital: Que movimentos são realizados no *site*? Que valores são reforçados ou expostos? Como pensar o “jornalismo” praticado pelo fã ao escrever uma notícia sobre o seu ídolo por meio de plataformas colaborativas? Que tipo de jornalismo tem-se através da construção da imagem desse grupo de “heróis pessoais”?

Assim, considerando-se questões de consumo e circulação informativa engendradas por fãs, que ao mesmo tempo são produtores de conteúdo (apurando, editando, escrevendo), neste texto pergunta-se sobre uma dimensão jornalística forjada no *Whiplash.net*. Menos que partir de um pacto fiduciário entre um jornalista, uma fonte e um público, tem-se em vista o “pacto” criado entre interlocutores que compartilham, coletivamente, uma experiência e um saber acerca de um mesmo objeto. Nesse “jornalismo” feito por fãs, como tais eixos de conformação informacional e moral se constituem, configurando espaços outros de confiabilidade, veracidade, credibilidade?

***Whiplash.net* e jornalismo cultural participativo**

Funcionando como uma espécie de “Wikipédia do metal”, o *Whiplash.net* tem a maioria de suas matérias feitas por colaboradores de todo o Brasil e é composto por notícias, biografias, artigos de opinião, curiosidades, agenda das bandas (famosas e *undergrounds*), colunas

especializadas, traduções de álbuns, resenhas de CDS, DVDS e shows, além de matérias especiais temáticas. Os colaboradores, em geral fãs das bandas e artistas noticiados, não são remunerados e escrevem baseados em um manual confeccionado pela equipe de editores do portal. Dois profissionais de edição trabalham para manter o *site*, organizando cotidianamente a plataforma, as interações e os conteúdos: João Paulo Andrade, que também é o fundador do *site*, é responsável por toda parte de marketing, técnica e comercial, além de ser editor de conteúdo; Marcos A. M. Cruz filtra e corrige o material enviado pelos colaboradores.

Os interessados em enviar material para alimentar o *site* encontram nesse “manual de redação” um conteúdo que ensina desde como entrar em contato com os editores, até itens básicos da prática jornalística, como formatação das notas e textos, gramática, ética jornalística, técnicas de reportagem e escrita, além de conter modelos dos formatos utilizados pelos contribuintes mais antigos. Algo bastante ressaltado pelos produtores do *site* é a necessidade de checar a veracidade dos fatos, observando a credibilidade das fontes e, evidentemente, citando-as. Também existem nesse mesmo tutorial informações gerais e específicas sobre a colaboração por meio do envio de traduções, resenhas, indicações de eventos para compor a agenda do *site* e o envio de correções. A participação dos internautas pode ser realizada na frequência que essas pessoas desejarem. O *site* não exige dos colaboradores periodicidade de postagem. Além disso, após o envio de 20 matérias para o portal, o usuário é contemplado com uma página composta pelo seu perfil biográfico e a relação de todo o conteúdo enviado por ele, com informações para o público. Isso feito, suas matérias ganham nova assinatura com sua página encaminhada em um *link* para o leitor.

A comunicação com o público no *Whiplash.net* é direta. Os editores mantêm um diálogo com os leitores periodicamente, a fim de adaptar o conteúdo ao gosto de quem consome informações ali. A demanda de assuntos depende do interesse dos colaboradores. As bandas mais conhecidas têm maior destaque, uma vez que parte expressiva do público tem interesse nas novidades dessas bandas. O conteúdo varia entre notícias quentes (últimos lançamentos, shows), curiosidades sobre as celebridades, apresentação de bandas novas e até mesmo fofocas ao estilo tabloide. O destaque na página inicial pode ser definido de acordo com o método dos editores, entretanto, geralmente, um sistema identifica de modo automático palavras mais procuradas pelos leitores no texto. A classificação é realizada pelo autor da matéria quando ele envia o material para a edição. Em uma postagem no perfil oficial do *site* na rede

social Facebook, os editores deixaram claro sua posição em relação ao conteúdo:

Whiplash.Net é um site feito por colaboradores voluntários. Qualquer usuário pode ser tornar um colaborador clicando no *link* ENVIAR MATERIAL no topo do site. Desde 1996 essa é a nossa força e a nossa fraqueza; tendo vantagens e desvantagens, este formato foi o que fez o site chegar ao ponto que chegou. Por regra os editores do site tentam influir o mínimo possível no conteúdo, motivo porque matérias com opiniões muito diferentes (e algumas vezes equivocadas na opinião dos editores) são publicadas. Não concordamos com muito do material que é publicado, mas defendemos a importância de publicar todo este material de forma democrática. (WHIPLASH.NET, 2013a)

No contexto dos artigos de opinião, o público que escreve e lê essas notícias, debate e questiona de modo veemente o funcionamento do *site*. Atitudes críticas são duramente rebatidas, assim como posturas hostis de certos indivíduos ali inseridos. Existem algumas bandas muito faladas no espaço que podemos considerar como “intocáveis” por alguns fãs e colaboradores. A notícia que envolve essas celebridades, normalmente, é permeada por comentários polêmicos dos leitores, que quase sempre giram em torno de quem gosta e defende a banda em questão e quem tem algum argumento contra. Um circuito importante para a compreensão das informações e de sua credibilidade no *site*.

Credibilidade no contexto do jornalismo participativo

O webjornalismo participativo nasceu com o objetivo de atender às demandas que a mídia tradicional não alcançava. Chamado de “jornalismo cidadão”, participativo, *grassroots* e *open source*, esse tipo de “editoria” surgiu nos Estados Unidos durante a década de 1980, para complementar a cobertura noticiosa das eleições presidenciais. (LUZ JÚNIOR; SANTOS, 2010). Visto ainda hoje como uma chance de democratizar a comunicação, o jornalismo *open source* conta com a oportunidade de seus colaboradores serem testemunhas oculares e observadores críticos dos fatos em voga. Gillmor (2005) explica que a mídia tradicional deve utilizar esse tipo de jornalismo como uma parceria entre ela e o seu público-alvo.

Mais do que apenas permitir que o internauta opine e mande fotos ou vídeos sob a supervisão de jornalistas ou de outros profissionais editores no veículo, a informação colaborativa também nasceu destinada à

liberdade de troca de conhecimento. Alguns *sites* foram arquitetados para que tudo seja produzido por qualquer sujeito disposto a investigar e compartilhar acontecimentos que estão ao seu alcance. No âmbito jornalístico, isso trouxe consequências, seja no trabalho desses profissionais, seja nos espaços e imagem que a profissão, respectivamente, possui e ocupa.

Os *sites* colaborativos de produção de notícia são, dentre outros exemplos, um dos fenômenos das chamadas “mudanças estruturais do jornalismo” (ADGHIRNI, 2012). Tradicionalmente, os meios jornalísticos hegemônicos, representantes da chamada “sociedade dos meios” (FAUSTO NETO, 2008), compõem, a cada dia, o presente social que nos serve de referência (GOMIS, 1991). A mídia, nesse sentido, formaria um círculo de realidade envolvente que se converte em referente diário da vida cotidiana. Hoje, se pensamos a vocação jornalística para falar sobre o “todo” do mundo (BUTONI, 1991; LANDOWISK, 1992) e, ao mesmo tempo, como esse processo está cercado por embates do ponto de vista da produção simbólica, orientada pela seleção e o enquadramento de conteúdos, de relação com um público, é factível afirmar que, com os novos “modelos de jornalismo” em vigência, esse lugar autorizado da profissão, de suas práticas, instituições e produtos está em transformação. A qualidade enunciativa autorizada do jornalismo, fundamentada em uma credibilidade informativa, seu principal capital simbólico (BERGER, 2003), passa a estar tensionada por outras experiências de produção informática.

No *Whiplash.net*, a produção informativa, longe de preceitos institucionais e próximas de critérios de enquadramento que partem, em grande medida, da cultura do fã, coloca em tensão, pelo seu fazer, o próprio jornalismo e seus modos de ser. Não apenas do ponto de vista dos conteúdos, mas também da prática que os envolve.

Nesse sentido, a credibilidade do “jornalismo feito por não-jornalistas”, uma vez inserida no contexto de produção hipertextual e *online* vê-se cercada por outros valores que não aqueles de um *ethos* profissional institucionalizado. No caso do *Whiplash.net*, informações errôneas postadas, por exemplo, estão sujeitas permanentemente a revisões e edições dos próprios leitores sempre que algo parecer incorreto ou duvidoso. Brambilla (2005a) esclarece que a credibilidade pode ser contestada no jornalismo *grassroots* a partir da teoria do “efeito multidão” citado por Canavilhas (2001). Essa teoria diz que o grande número de visitas a uma página gera-lhe maior atenção, fazendo com que a informação ali inserida possa ser reforçada ou fragilizada conforme os comentários feitos pelos internautas.

A troca de informações *online* em diferentes tipos de plataforma na rede funciona como um círculo de amizades, em que visitantes e colaboradores mais assíduos são familiarizados com outros integrantes também mais ativos naquele sítio. Quem escreve quer ser reconhecido como importante e, para isso, o esforço no ato de entreter e informar se torna maior. A reputação desses indivíduos se torna uma das ferramentas mais importantes quando se trata da credibilidade do que foi postado. Quanto mais conhecido, mais confiável o sujeito atuante. (BRAMBILLA, 2005a, 2005b)

Os colaboradores dessa modalidade de jornalismo contam com as interações *com* e *entre* eles. Primo e Träsel (2006) explicam que o limite entre a produção e a leitura de notícias não pode ser claramente demarcado ou não existe, de modo que o leitor escreve sobre seu próprio interesse para quem possui as mesmas preferências. O jornalismo cultural, por exemplo, conta com determinados subgêneros que competem a essa minoria de público, como o grupo dos roqueiros ou dos artistas plásticos. Na Web, essas pessoas podem trocar informações sobre seu estilo de vida e criar fontes de informações seguras e personalizadas. O webjornalismo participativo conta com maior envolvimento do usuário com a notícia, dados os suportes de mídia abundantes e ajustáveis a cada tema. E toda essa lógica, pode-se dizer, materializa-se, rotineiramente, no *Whiplash.net*.

Heavy metal no ciberespaço e os “metaleiros jornalistas”

Historicamente, ao reconhecer o artista como igual a ele em certos aspectos, o fã passa a considerar o ídolo como parte especial de sua vida (LANA, 2011; SIMÕES, 2013). Como forma de dedicação, ele procura conhecer os fatos de sua vida profissional (agenda de shows, canções, livros, peças que escreveu ou em que atuou, dentre outras inúmeras possibilidades disponíveis no mercado) e também passos da vida particular do indivíduo em voga. Veículos especializados no assunto, grupos de discussão e fã-clubes fazem parte da vasta gama de opções encontradas pelos admiradores que procuram esse tipo de informação. No mundo digital, de cultura colaborativa, o fã assume novos papéis na relação com seu ídolo. Nesse contexto, como lembram Amaral e Monteiro (2013, p. 453), “ser fã é muito mais do que participar, é trocar, partilhar, seja através de listas de discussão, tradução de músicas, críticas pesadas ou na criação de material (*fanfics, fanvideos, fanzines*)”.

Tratando-se da disseminação e troca de informações e opções de entretenimento relacionadas ao *heavy metal*, o ciberespaço permitiu que a comunicação se tornasse generalizada. A maior participação do público na produção, disseminação e consumo do conteúdo *online*, revolucionou diversas áreas da indústria cultural (SÁ, 2006). A música consumida na internet distingue-se da canção utilizada em modelos clássicos no mercado do entretenimento. Ao contrário da banda, que grava um álbum em estúdio e é divulgada pela grande mídia, grupos musicais da era cibernética, por exemplo, gravam seu material em casa, o publicam, por conta própria, em seus perfis sociais *online* e colhem os frutos de seu potencial sucesso sem a ajuda de gravadoras e mídias convencionais, um processo, como também lembram Amaral e Monteiro (2013) e Amaral e Aquino (2009), nem sempre harmonioso. Como explica Sá (2006, p. 2),

o argumento corrente para explicar o conjunto destas transformações é de que a comunicação em rede constrói um novo modelo de produção, distribuição e consumo cultural cuja ênfase é na relação direta entre produtores e consumidores, através da liberação do polo da emissão. Descentralização e desintermediação são as palavras-chave, que opõem um modelo centralizador, massivo, totalizador e por isto autoritário ao universo aberto, não totalizável e por isto democrático das redes.

No caso de textos jornalísticos, isso também se observa. *Blogs* e *sites* especializados em notícias colaborativas cumprem, em um novo cenário midiático, o papel das *fanzines* que eram publicadas em orçamentos apertados e tratavam de temas não usuais na mídia tradicional. Cardoso Filho e Janotti Jr. (2006) especificam a existência de dois nichos de produtos nesse eixo, o *mainstream* e o *underground*. O primeiro, o *mainstream*, “abriga escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JÚNIOR, 2006, p. 8), em que podemos usar como exemplo o jornalismo de celebridades, realizado por veículos de porte e inserção no mercado. Já o segundo, o *underground*, “possui uma organização de produção e circulação particulares e se firma, quase invariavelmente, a partir da negação do seu ‘outro’ (o *mainstream*)” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JÚNIOR, 2006, p. 9), sendo representado, em certa medida, por produtos de menor porte e menor orçamento, além de lidarem com segmentos musicais às vezes pouco valorizados ou de menor visibilidade.

Levando-se em consideração a cena *underground* em que o veículo está inserido, o *Whiplash.net* exerce o papel de divulgação tanto de notícias referentes à promoção e à agenda de algumas bandas, como também informações amenas publicadas tradicionalmente pela mídia massiva. O *site* possui um *link* que trata justamente desse embate entre o que a imprensa-padrão fala sobre as celebridades em alta e o que os repórteres do *underground* divulgam sobre os artistas do mundo do *rock*.

O fã que colabora com o *site* busca acompanhar, na maioria das vezes, as novidades sobre a banda parte de dois pontos de referência: em veículos internacionais que possuem acesso a algum tipo de contato com os integrantes da banda ou sua produção e páginas pessoais de cada integrante em redes sociais como o Facebook e Twitter, como na nota “Geezer Butler pensando em ficar para a Copa”, presente no *site*, em que a matéria é pausada num depoimento do baixista em seu perfil no Twitter:

Geezer Butler, baixista do *Black Sabbath*, soltou a seguinte nota no *twitter*, obviamente em tom de piada, após saber que a Inglaterra tinha se classificado para a Copa do Mundo de 2014, que será realizada aqui no Brasil: ‘Bem, depois a Inglaterra se classificou para a Copa do Mundo eu acho que vou manter meu quarto aqui no Rio de Janeiro até junho’. (LIMA, 2013)

A “cobertura” realizada pelos fãs por meio dos fatos envolvendo o retorno do *Black Sabbath* evidencia o papel do *site* no meio midiático e potencializa seu espaço de “mídia alternativa”. Além disso, a postura do fã e sua inserção participativa, mediada por um “saber” sobre seu ídolo e baseada na dinâmica de uma plataforma *online*, aproxima o circuito nele envolvido de uma dinâmica propriamente jornalística, apesar de cercada de especificidades e diferenças com o comportamento dos fãs. O *Whiplash.net* possui, assim, características para que possamos denominá-lo como um “*site* jornalístico”, feito por não jornalistas, o que traz questões para pensar dimensões dessa profissão, com destaque, no eixo da produção e do consumo, para o tensionamento constante da credibilidade informativa. Esta funciona como uma espécie de dispositivo de valor para refletir, jornalisticamente, sobre o fenômeno contemporâneo incorporado pelo *Whiplash.net* e do qual ele é representante.

O acontecimento *Black Sabbath* e o circuito informativo credível do fã

O acontecimento é um fato que altera de algum modo a rotina de quem o percebe (QUÉRÉ, 2005). Como aponta o autor, os acontecimentos

influenciam todos à sua volta e acabam por modificar de alguma maneira o espaço em que ele está inserido, assim como quem tem acesso a ele. Possui dimensão reveladora, hermenêutica, acionando novos quadros de sentido e auxiliando na interpretação da realidade que circunda o campo problemático que ele envolve.

Quando os primeiros boatos sobre a reunião do *Black Sabbath* surgiram, em 2010, o público colaborador do *site* passou a pesquisar mais fontes sobre o assunto. Os fãs, afetados pelo acontecimento, passaram a pesquisar informações de como aquilo havia acontecido e quando aquilo chegaria ao alcance de seus olhos. A especulação cresceu, de modo que informações dos vários locais do mundo se tornaram notas publicadas no portal de notícias a partir de 2011.

Como observado, as fontes advindas de traduções de *sites* internacionais e páginas oficiais foram comuns nesse período. O usuário João Renato Alves (ALVES, 2011) informa ao leitor quanto a banda poderia lucrar com a nova turnê de acordo com o jornal britânico *The People*. Tratando-se de páginas oficiais, Fernando Portelada (PORTELADA, 2012) registra as informações retiradas de uma postagem do baixista Geezer Butler no Facebook oficial do quarteto:

De acordo com uma postagem na página oficial do BLACK SABBATH no *Facebook*, o baixista da banda, Geezer Butler, 'já está pronto para gravar mais algumas faixas de baixo para o novo álbum'. O guitarrista do grupo, Tony Iommi, já esclareceu o estado do novo CD em uma entrevista com 'The Blairing Out With Eric Blair Show'. Por mais que haja rumores que a banda já tenha gravado 15 músicas, Iommi explicou: 'Isto está errado... Nós escrevemos 15 músicas e tocamos todas, mas neste momento ainda estamos em processo de gravação. Gravamos uma versão preliminar em minha casa, na Inglaterra, mas agora estamos gravando de verdade. Estamos na sexta faixa no momento'.

O acontecimento que envolve o retorno da banda incitou os colaboradores a investigar as possíveis consequências de sua realização. O fã criou pautas e "apurou-as" para mostrar aos leitores o que poderia acontecer dali para frente. Mistura-se a isso a paixão do fã, que é exibida em comentários e até mesmo nas notícias publicadas. Um modelo é a nota de Fábio Chaves (CHAVES, 2011), que, ao tratar a banda como "lendária", fala sobre os possíveis integrantes da reunião que estava por vir. A notícia de Breno Airan (AIRAN, 2012) também faz esse papel:

Nesse meio tempo, ele, TONY IOMMI – mesmo se tratando de um linfoma – GEEZER BUTLER e TOMMY CLUFETOS – no posto de Bill Ward – seguem encantando esta nova geração que não pôde vê-los nos tempos de ‘Master of Reality’. O grupo tem show marcado para o próximo dia 10, no Download Festival, na Inglaterra.

Nesse contexto, matérias que se originaram de fatos não confirmados (o que ocorre não somente nesse caso em especial, mas em todo o *site*) foram marcadas pelos editores com interrogações em seus títulos. Em nota no site, Andrade (2008), editor do *Whiplash.net*, explica como é feito, em geral, esse processo:

Por vezes realmente divulgamos notícias deixando claro que a fonte não é 100% confiável. Só o fazemos quando a informação em questão está tão divulgada que não há como evitar comentar o fato. Nestes casos é comum, por exemplo, colocarmos uma interrogação no título da matéria, bem como informar no texto que se trata de algo duvidoso. Entendemos as reclamações de alguns usuários nestes casos, mas acreditamos que alguns fatos precisam ser comentados devido à grande repercussão que alcançam, mesmo quando não confirmados. E quando deixamos claro que há dúvidas sobre a veracidade dos mesmos, achamos isso uma maneira mais coerente de agir do que apenas ignorar.

Em entrevista, Andrade (2013) explica que acontecimentos como esse, do *Sabbath*, colaboram de forma importante para o aumento da participação do público do Portal. Tais novidades que envolvem bandas de maior porte fazem aumentar a exposição dos colaboradores do *site*. Segundo o editor, todas as vezes que a exposição dos colaboradores foi ampliada, a participação do público, com comentários, também aumentou.

Esse aumento remete a um efeito em cadeia e tem, também, consequências nos efeitos de credibilidade do que foi divulgado. Quanto mais acessada é a notícia, mais atenção ela atrai. Assim, caso algum ponto seja falso ou duvidoso, os próprios leitores enviam comentários alertando ou podem, ainda, enviar a edição correta da matéria por meio do *link* “enviar correção” no final da nota, dando outras roupagens ao “processo jornalístico”, que, *a priori*, pelo contrato com a veracidade e a apuração do que se noticia, não geraria essa reação. A garantia de veracidade no *Whiplash.net* envolve a reputação dos colaboradores. (ANDRADE, 2013)

A fama que o colaborador pode adquirir ao longo de sua “carreira” no *site* pode cooperar para que outros fãs desse mesmo artista possam

enxergá-lo como uma referência de informação daquele indivíduo. Nesse jogo, o fã se assemelha ao ídolo por meio da utilização de sua imagem e utiliza o site e suas lógicas para esse processo.

A credibilidade que o colaborador constrói ao longo de sua jornada no site fica clara nos próximos exemplos. Os colaboradores João Renato Alves e Nacho Belgrande são usuários recorrentes relacionados à banda *Black Sabbath*, por esse motivo, como afirmado pelo editor e fundador do site, João Paulo Andrade (ANDRADE, 2013), o conteúdo que eles enviam possuem uma edição diminuída.

Entretanto, mesmo com esse crédito, observações, tanto da edição quanto dos próprios usuários, foram colocadas em duas notas produzidas por eles. A matéria (ALVES, 2012b) contém ao seu final uma frase do próprio autor especificando que, apesar de a MetalTalk.net ter divulgado que o baterista teria sido demitido pela mulher do vocalista, a informação não era oficial”. Já a nota do colaborador Nacho Belgrande (BELGRANDE, 2012) contém uma observação da equipe de divulgação que dá credibilidade à fonte utilizada:

NOTA DO EDITOR DO WHIPLASH.NET: O LOKAOS tem uma ótima fonte. Se achássemos diferente, não teríamos publicado. Lembre-se de que quando publicamos uma nota com interrogação no título isso significa que é uma informação ainda não 100% confirmada. E se você quer apenas informações oficiais, procure os *sites* oficiais e receba as novidades com algumas semanas de atraso (ou nunca).

O diálogo com o leitor é realizado diretamente em outra informação de Alves (2012a). Os editores entram em contato com o público da matéria, mostrando que a comunicação no portal é, de fato, complexa. Alves (2012a) escreve:

O papel de parede do site oficial do *Black Sabbath* traz agora apenas imagens de Ozzy Osbourne, Tony Iommi e Geezer Butler, com várias fotos recortadas, no melhor estilo ‘adolescente em fim de namoro’. Ward também foi cortado de todas as dezenas de fotos da banda na Galeria de Fotos do site oficial.

E logo abaixo de sua informação, após uma imagem ilustrativa, vem a nota dos editores: “NOTA DO EDITOR: Não, não tiraram ele da capa do *Sabotage* na discografia do site; já checamos. Seria a cereja neste bolo de mau-gosto.” (ALVES, 2012a)

Embora, na maioria das vezes, não consigamos ver nitidamente o trabalho de edição dos profissionais responsáveis do *site* nas matérias postadas, segundo o fundador do *site*, quanto mais o indivíduo se torna conhecido pelo envio de matérias de boa qualidade segundo as normas do portal, maior a possibilidade das modificações em sua página serem brandas ou mesmo nulas. Diz o editor Andrade (2013):

No caso de colaboradores com uma grande quantidade de material já publicada no *site* e que já tenham provado que redigem e apuram os fatos corretamente, o material vai ao ar quase sem apuração ou alterações. No caso de novos colaboradores ou colaboradores mais problemáticos ou não isentos o conteúdo pode ser corrigido, alterado, ou mesmo não publicado.

Essa credibilidade é notável em textos de recados após as matérias postadas. A interação entre os colaboradores e leitores do *site* é generalizada. Conversas entre os usuários acontecem nos comentários, assim como um diálogo entre os que produzem a notícia e os que a consomem. Não obstante isso, notas são postadas com referências a comentários de leitores, tornando essa comunicação um ciclo.

Segundo Luz Junior e Santos (2010), esse *locus* jornalístico possui uma maior inclinação a interpretações e opiniões críticas, portanto, em razão disso e do fato de o colaborador do *site* ser, em grande parte, fã dos artistas tratados, o jornalismo do *Whiplash.net* tende a ter um lado predileto. Em diversas vezes, quem escreve sobre alguma banda toma partido, construindo ou desconstruindo a imagem desse artista. No caso do *Black Sabbath*, a maioria dos colaboradores possui uma opinião favorável à banda em alguma época de sua formação. Alguns podem preferir o grupo em seu início com os integrantes originais, assim como outros defendem que em outra determinada época, com outro vocalista ou baterista as coisas eram melhores. Quem não possui nenhum vínculo de simpatia com a banda, como visto nas centenas de postagens analisadas, dificilmente se manifesta para tratar do assunto. Em razão disso, a audiência dessas matérias é garantida por essas pessoas, ou seja, existe fidelização de leitores no que concerne ao quarteto.

Nesse circuito que coloca a credibilidade no eixo de um misto entre audiência, idolatria e produção informativa, organizando e afetando a própria atuação dos editores do *site*, dá-se a ver, por parte dos colaboradores e leitores (considerando a troca de papéis constante entre eles), uma *expertise* e um conhecimento coletivo em processo (JENKINS, 2009). O que se torna visível no interesse desses indivíduos nos assuntos

veiculados e debatidos e dá ao “jornalismo” ali construído outros preceitos, de ordem emocional.

Nas postagens analisadas, quem escreve sobre o *Black Sabbath* possui conhecimento de causa, de fã, e compartilha com quem possui esse mesmo saber. Assim, além de adquirir conhecimento novo, o colaborador e o leitor do *site* podem complementar as informações um do outro de modo cíclico, autorizando-se mutuamente, com ou sem uma mediação jornalística propriamente dita, tradicional. Em nota, a fã Gisela Cardoso (CARDOSO, 2012) informa que “esposa e empresária de Ozzy Osbourne, Sharon Osbourne, falou sobre as gravações do novo álbum do *Black Sabbath*, revelando que a banda já deve ter 15 novas músicas e que fará um grande show nos Estados Unidos”. Como exemplo, alguns usuários complementaram informações sobre o assunto tanto em referência à notícia da colaboradora quanto a um comentário anterior: “Essa mulherzinha virou porta voz da banda agora? Afinal, tenho certeza ela nem deve fazer ideia de nada. Vamos esperar fontes mais confiáveis...”, disse o usuário Alex Beato em comentário postado em 24 de fevereiro de 2012, e “Ela virou porta-voz porque ela é a empresária da banda, *manow* [sic]!”, exclamou o usuário Kelton John em comentário postado em 1º de março de 2012.

O “fã-repórter” trabalha de modo interessado, com uma carga de sentimento peculiar, uma vez que descreve “com autoridade” determinadas informações e coberturas. As resenhas deixam claro esse comportamento:

O motivo de eu escrever este texto, entretanto, é a última ponta desse ‘quadrado de três lados’. Se gente como eu ou você gosta de metal, Tony Iommi é o próprio metal. Da mesma forma, Tony Iommi nunca foi do *Black Sabbath*: ele é o *Black Sabbath* (tanto nos bons quanto nos não tão bons momentos). Cada *power chord* tocado no mundo por um moleque com a cara cheia de espinhas numa guitarra vagabunda é uma demonstração de apreço pela pessoa que estava ali diante de mim. (YOKOTA, 2013)

Demonstrações desse cunho são recorrentes em artigos de opinião no *site*. As notícias factuais, apesar de menos evidentes, também possuem tom sentimental, seja exaltando algum personagem ou mesmo criticando negativamente nas entrelinhas. O espaço oferecido ao fã é usado como forma de admiração ou rejeição da estrela em questão. Diz, por isso, de apropriações que remetem ao universo do fã e seu comportamento (JENKINS, 2009) e como isso tensiona o jornalismo.

Conclusão

Observado o *Whiplash.net* como espaço de uma distinta interlocução informativa, pode-se afirmar que nele se configura um *locus* noticioso diferenciado. O modo como o fã expressa sua opinião nos comentários, o acompanhamento das fontes pelo colaborador (basicamente por veículos internacionais e páginas oficiais), o conteúdo parcial das matérias, a construção das notas, a credibilidade dos usuários mais assíduos, a comunicação entre os envolvidos (leitores e colaboradores), a paixão com que as notas são permeadas, todo esse misto de elementos tensiona o fazer jornalístico-padrão e coloca em cena elementos para reflexão sobre as mudanças atuais nesse campo. O “acontecimento *Black Sabbath*”, como vimos, soma a isso elementos específicos, constituindo, pela sua “hermenêutica”, pistas para a leitura do circuito colaborativo materializado no *site*.

Não é possível mensurar e afirmar, baseando-se no circuito analisado e de acordo com a fundamentação trabalhada, o “padrão jornalístico” do *Whiplash.net*, mas problematizar as questões que cercam o fenômeno por ele constituído, bem como jogar luz sobre o papel dele como fragmento em um cenário de “mudanças estruturais” de uma profissão. Tal qual afirma Adghirni (2012, p. 64), apesar de o jornalismo estar em constante mudança, “esta evolução conserva certa coerência interna, o que torna a atividade jornalística reconhecível no decorrer do tempo”. Nesse sentido, menos que afirmar “jornalístico” o portal de notícias sobre música – e a partir do acontecimento *Black Sabbath* aqui narrado – pode-se dizer que o *Whiplash.net*, tal como uma lupa, ajuda-nos a pensar tais transformações e como, em distintos circuitos informativos que releem ou produzem jornalismo, este último pode ser, constantemente, (re)pensado.

Credibility, information and event in Whiplash.net: production and consumption of fans in Black Sabbath's return

Abstract

The portal of news Whiplash.net, specialized in the styles musical rock and heavy metal, it possesses content elaborated collaborative, essentially, by own readers. It is operated in the site, for users that are fans, a type of informative circuit that, in some way, puts in scene journalistic and communicative subjects, tangent a professional ethos and practical social that they involve the celebrities world, of the cult to the artist and of the musical scene. In this article, basing on 399 texts published between

2011 and 2014, on the return of the British band Black Sabbath after thirty years of separation, were analyzed the collaborative materials and its circulation, observing the posts flows and comments on the site. Starting from the event in question and of its dimension hermeneutic, it was problematized, of the point of view of the production and of the consumption of informative contents in the contemporary and of the calls structural “changes in the journalism”, this kind of journalism, his character, his nature and his credibility.

Keywords: Whiplash.net. Collaborative journalism. Credibility. Event. Information.

Referências

ADGHIRNI, Z. Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: PEREIRA, F.; OLIVEIRA, D.; ADGHIRNI, Z. (Org.). *Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias*, Florianópolis, v. 1, p. 61-79, 2012.

AIRAN, B. *Black Sabbath*: nome do novo álbum tem referência a 2013. In: WHIPLASH.NET, 2012. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_838/156100-.html>. Acesso em: 26 jan. 2014.

ALVES, J. R. *Black Sabbath*: “apagando” Bill Ward em *site* oficial. In: WHIPLASH.NET, 2012a. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_839/154913-blacksabbath.html>. Acesso em: 27 jan. 2014.

ALVES, J. R. *Black Sabbath*: Sharon Osbourne demitiu Bill Ward? In: WHIPLASH.NET, 2012b. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_842/147835-blacksabbath.html#UuXIKR-BTvIU>. Acesso em: 27 jan. 2014.

ALVES, J. R. *Black Sabbath*: veja quanto a banda pode lucrar com reunião. In: WHIPLASH.NET, 2011. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_845/142124-blacksabbath.html>. Acesso em: 26 jan. 2014.

AMARAL, A.; AQUINO, M. C. Eu recomendo... e etiqueto: práticas de folksonomia dos usuários do Last.fm. *Revista Líbero*, São Paulo, n. 24, p. 117-129, dez. 2009.

AMARAL, A.; MONTEIRO, C. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos contra o Rock do Facebook. *Revista FAMECOS* (online), Porto Alegre, v. 20, p. 446-471, 2013.

ANDRADE, J. P. *Como funciona o Whiplash.Net?* 2013. Entrevista concedida aos autores por e-mail em novembro de 2013. Mariana-MG, 2013.

ANDRADE, J. P. Por que o Whiplash.Net divulga boatos e shows não confirmados?. In: WHIPLASH.NET, 2008. Disponível em: <<http://whiplash.net/materias/whiplash/094403.html>>. Acesso em: 7 jan. 2014.

BELGRANDE, N. *Black Sabbath*: Bill Ward embarca pra Londres? In: WHIPLASH.NET, 2012. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_841/149827-blacksabbath.html#UuXINR-BTvIU>. Acesso em: 27 jan. 2014.

BERGER, C. *Campos em confronto: a terra e o texto*. 2. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

BRAMBILLA, A. M. A reconfiguração do jornalismo através do modelo *open source*. *Sessões do Imaginário*, 2005b. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2014.

BRAMBILLA, A. M. Jornalismo *open source* em busca de credibilidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO INTERDISCIPLINAR DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., Rio de Janeiro. *Anais...*, Rio de Janeiro, 2005a. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/credibilidade.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2014.

BUITONI, D. Jornalismo: o tecido e o acontecido. *Revista da USP*, São Paulo, v. 1, p. 175-182, 1990.

CANAVILHAS, J. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=canavilhas-joao-webjornal.html>. Acesso em: 24. nov. 2013.

CARDOSO FILHO, J.; JANOTTI JÚNIOR, J. A música popular massiva, o *mainstream* e o *underground*: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília, Disponível em: <<http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&cid=44567>>. Acesso em: 23 jan. 2014.

CARDOSO, G. *Black Sabbath*: quinze músicas novas segundo Sharon. In: WHIPLASH.NET, 2012. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_842/148994-blacksabbath.html#.UuVENRBTvIU>. Acesso em: 26 jan. 2014.

CHAVES, F. *Black Sabbath* anuncia volta: 3 dos 4 músicos são veganos. In: WHIPLASH.NET, 2011. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_845/142014-blacksabbath.html#.UuVDbrBTvIU>. Acesso em: 26 jan. 2014.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, p. 89-105, 2008.

FRANCA, V. O crime e o trabalho de individuação do acontecimento no espaço midiático. *Caleidoscópio*, Lisboa, v. 10, p. 59-72, 2011.

GILLMOR, D. *Nós, os media*. Lisboa: Presença, 2005.

GOMIS, L. *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. México: Paidós, 1991.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Tradução sob a direção de Suzana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LANA, L. C. C. O reconhecimento amoroso dos fãs: compreendendo a relação entre personagens da mídia e indivíduos comuns. *Comunicação e Cultura*, Lisboa, n. 12, p. 29-45, 2011.

LANDOWSKI, E. *A sociedade refletida*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LIMA, G. B. *Black Sabbath*: Geezer Butler pensando em ficar para a Copa. In: WHIPLASH.NET, 2013. Disponível em: http://whiplash.net/materias/news_822/190486-blacksabbath.html#.UuCOHhBTvIU>. Acesso em: 23 jan. 2014.

LUZ JUNIOR, N. L.; SANTOS, M. S. Whiplash.net: a prática da colaboração e do jornalismo especializado em cultura na web. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE MÍDIA CIDADÃ: conferência sul-americana de mídia cidadã, 6., Paraná, 2010. *Anais...*, Paraná: Faculdade de Pato Branco, 2010. p. 512. Disponível em: <<http://goo.gl/ZG1eKs>>. Acesso em: 1º ago. 2013.

PORTELADA, F. *Black Sabbath*: Geezer Butler registrando novas faixas. In: WHIPLASH.NET, 2012. Disponível em: <http://whiplash.net/materias/news_833/167823-blacksabbath.html>. Acesso em: 26 jan. 2014

PRIMO, A.; TRÄSEL, M. R. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo*, Niterói, v. 14, p. 37-56, 2006.

QUERÉ, L. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos*: revista de Comunicação, Cultura e Educação. Lisboa, n. 6, 2005, p. 59-76.

SÁ, S. P. Quem media a cultura do shuffle?: cibercultura, mídias e cenas musicais. *Unirevista*, v. 1, n. 3, 2006. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Pereira.PDF> Acesso em: 23 jan. 2014.

SIMÕES, P. G. O privado e o público: reflexões sobre a construção das celebridades na contemporaneidade. *Interin*, Curitiba, v. 13. n. 1, 2012. Disponível em <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/164>>. Acesso em: 23 jan. 2014

WHIPLASH.NET. Comunidade *Whiplash.Net*. 2013a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Whiplash.Net.Rocksite/posts/720693627959842>> Acesso em: 14 nov. 2013.

WHIPLASH.NET. Link “Anunciar”. 2013b. Disponível em: <<http://whiplash.net/anunciar/stats.mv>>. Acesso em: 12 ago. 2013.

YOKOTA, F. *Black Sabbath* (Esplanada do Mineirão, Belo Horizonte, 15/10/13). Resenha: In: WHIPLASH.NET, 2013. Disponível em: <<http://whiplash.net/materias/shows/190550-blacksabbath.html#.Ut1WnxBTvIU>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

Enviado em 14 de setembro de 2014.

Aceito em 1º de novembro de 2014.

