



Música Popular Brasileira no contexto das tecnologias digitais: a produção independente e a emergência de novas estratégias e representações sobre as identidades musicais

Brazilian Popular Music in the context of digital technologies: independent production and the emergence of new strategies and representations of musical identities

Thiago Pires Galletta ¹

RESUMO O presente artigo tem como objetivo refletir sobre as novas condições de formação e estabelecimento das identidades musicais no campo da música popular brasileira, emergentes a partir do avanço das tecnologias digitais de produção e distribuição musical, durante a última década. Considerando a contínua expansão e sedimentação da produção independente, verificada neste contexto, busca-se discutir e problematizar alguns dos marcos tradicionais de análise que tem referenciado parte importante dos estudos deste campo até aqui, como é o caso da relação entre grande indústria fonográfica e produção musical.

PALAVRAS-CHAVE Música Brasileira; Identidade; Tecnologia; Cultura; Produção Independente.

ABSTRACT This article consists of a reflection on today's conditions for establishing and developing musical identities in the area of Brazilian popular music. These conditions on the basis of the advances in digital technology for musical production and distribution over the last decade. Considering the continued expansion and sedimentation of independent production in this area, we discuss and question here some of the traditional frameworks of analysis that have been reference points for many of the studies in this field. This is the case of the notorious relationship between the established recording industry and musical production.

KEYWORDS Brazilian music; identity; technology; culture; independent production.

¹ Mestrando em Sociologia pela Unicamp. Graduado em Ciências Sociais pela mesma universidade. Atua como docente no curso de Especialização em Mídias na Educação da ECA/USP e UFPE. Há quase uma década vem desenvolvendo trabalhos também como radialista, DJ e produtor cultural, com foco voltado especialmente para o universo da música brasileira.



Introdução

No contexto do desenvolvimento e ampliação da presença das tecnologias digitais ² de produção e distribuição da música, ganha especial importância no cenário cultural brasileiro o processo de incremento e expansão da produção independente³. Cada vez mais, este tipo de produção musical se constitui em um campo importante para pensarmos os caminhos atuais e futuros de desenvolvimento da música popular brasileira⁴. Tendo em conta as novas relações de produção e consumo que se desenvolvem neste âmbito, observa-se a emergência de novas

2 A expressão *tecnologias digitais* refere-se aqui especificamente, de um lado, às tecnologias que a partir dos anos 1980 e especialmente dos anos 1990 têm facilitado, no âmbito da produção da música, o acesso à gravação musical com boa qualidade técnica em pequenos estúdios (profissionais ou caseiros). De outra parte, no campo da distribuição musical, o interesse desta pesquisa se dirige às tecnologias que se desenvolvem em torno da Internet, a partir dos anos 1990, e mais ainda nos anos 2000 (*hardwares, softwares* e suportes associados como celulares, gravadores de Cds, *Ipods, Mp3*). Com a emergência destas últimas, observamos profundas modificações nas condições de circulação das músicas gravadas, processo que será exposto adiante.

3 Entende-se por *produção musical independente* desde aquela realizada por pequenos selos ou gravadoras que produzem e gravam artistas mais ou menos conhecidos do grande público, como também a produção dos músicos que trabalham desvinculados inclusive de pequenas gravadoras. Estes últimos produzem suas músicas em estúdios, de maneira avulsa ou a partir de parcerias, distribuindo e divulgando de diversas formas sua produção artística – tendo como suporte especialmente a Internet. Ver Vicente (2006) e De Marchi (2009).

4 Utiliza-se esta expressão em referência à constituição, nas últimas décadas, de um campo de estudos interdisciplinar sobre Música Popular Brasileira (NAPOLITANO; 2002, 2007). Embora os significados e sentidos atribuídos no interior deste campo a esta expressão sejam diversos, neste artigo toma-se esta tradição de estudos como interlocutora importante do debate proposto.

condições para o estabelecimento de identidades⁵ em relação às obras musicais e trabalhos artísticos neste campo, fato que dialoga com um possível processo em curso de redefinição das categorias musicais empregadas no Brasil⁶.

Neste artigo pretende-se apontar e expor brevemente algumas das características definidoras da especificidade deste novo momento que tem se descortinado para a produção musical brasileira, a partir dos anos 1990 e principalmente da década de 2000. Irá se buscar problematizar, mais especificamente, a diversificação dos sentidos atribuídos à expressão Música Popular Brasileira, e à abreviatura MPB, que se passa a observar mais agudamente neste cenário. O objetivo é discutir, a partir deste panorama, algumas das consequências que a emergência de novas relações de produção, distribuição e consumo em torno da música, tem colocado para o processo de constituição das identidades musicais no Brasil contemporâneo, processo do qual resultam implicações importantes para se pensar os rumos da própria criação musical.

5 O conceito de *identidade* é articulado aqui a partir da idéia de “estratégia de diferenças” (CARNEIRO DA CUNHA, 1985), afastando-se de qualquer concepção que a entenda como algo essencial a um indivíduo, grupo social ou manifestação cultural. Pelo contrário, nos interessará sempre problematizar as identidades em seus contextos histórico e social, como tomada de posição em relação a outras identidades numa dada situação, tendo em vista os interesses específicos dos sujeitos e grupos envolvidos (HALL, 1999).

6 Refere-se aqui à maneira como a música é categorizada tendo em vista não somente fronteiras entre *gêneros musicais*, num sentido mais estrito, mas a todos os múltiplos modos de classificar estas produções no tocante à identidade musical. São exemplos de classificação da música hoje, que vão além da divisão estrita entre gêneros musicais, a referência a mosaicos de gêneros ou estilos como: “folk-rock-blues”, “samba-dub-soul”, “samba-rock-funk” ou ainda produções caracterizadas como “eccléticas”, “sem-rótulos”, ou ainda quando se diz que o artista faz - em vez de “samba” ou “MPB” - simplesmente “música brasileira”.

Tecnologias Digitais e Produção Musical Independente

Inicialmente, cabe fazer uma breve introdução sobre a natureza das mudanças técnicas, econômicas e sociais que têm envolvido a produção musical neste início de milênio. Embora estas mudanças digam respeito a um movimento social mais amplo de profunda transformação nas condições de circulação dos bens simbólicos no mundo, interessa aqui focar mais especificamente as modificações que se operam no universo da criação, produção, distribuição e consumo da música.

Neste âmbito, observa-se que a indústria fonográfica, principal setor econômico responsável pela gravação, distribuição e comercialização dos produtos musicais ao longo do século XX, se defronta contemporaneamente com uma crise sem precedentes em sua história⁷, que diz respeito ao declínio dos modelos e das estruturas tradicionais de comércio do produto físico “disco”, do qual dependeu quase que exclusivamente ao longo de sua trajetória de desenvolvimento e apogeu.

A criação e popularização, a partir do final dos anos 1990, de *softwares* que possibilitam a disponibilização de músicas, na forma de arquivos digitais, para serem “baixados” gratuitamente pela internet, têm implicado numa realidade radicalmente nova para a economia e para as relações sociais em torno das produções musicais. Além do crescente número de pessoas que passam a adquirir músicas diretamente por esta via, observa-se a explosão do fenômeno da venda ilegal de CDs “piratas”

7 Em dados de 2006 destacados por Michel Nicolau Netto (2008), observamos com nitidez a extensão na diminuição das vendas do mercado fonográfico no Brasil a partir de 2000: se naquele ano foram de R\$ 891 milhões, com 91 milhões de unidades de disco comercializadas, em 2006 arrecadou R\$ 454, 2 milhões, com 37,7 milhões de unidades.

em todo o Brasil⁸. Nesta realidade, verifica-se o declínio da centralidade da indústria fonográfica como distribuidora de produtos musicais. Ao mesmo tempo, com o desenvolvimento progressivo das tecnologias digitais de distribuição da música, a produção musical independente, que já vinha se desenvolvendo solidamente no Brasil desde o final dos anos 80 e especialmente nos anos 90⁹, vive uma expansão ainda mais significativa das suas possibilidades, agora no tocante à viabilidade da distribuição e promoção das músicas de maneira totalmente independente das *majors*¹⁰.

Num momento em que a produção independente alcança, em relação às *majors*, a possibilidade de autonomia também na esfera da distribuição musical, artistas e produtores independentes assumem um papel de maior protagonismo em relação à maneira como suas obras musicais são identificadas no mercado cultural, em termos de “estilo de som” e de gêneros musicais. Se antes muitas dessas identidades eram pensadas e conformadas como parte do planejamento comercial das direções artísticas das grandes gravadoras, agora, sem

8 Segundo dados da ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Discos), citados por De Marchi (2006), em 2005 os produtos piratas já respondiam por 52% do comércio brasileiro de discos.

9 Nos anos 90 a produção independente brasileira se fortalece a partir do barateamento e acesso progressivo aos meios de produção musical. Passa a ocupar então, nesta década, importante papel na prospecção, formação e gravação de novos artistas para as grandes gravadoras. Estas últimas buscam, neste período, priorizar o foco de sua atuação nas áreas de distribuição e comercialização dos fonogramas. Ver Vicente (1997) e Dias (2000).

10 *Majors* é o termo pelo qual são referidas as grandes gravadoras de discos. Atualmente, cinco empresas multinacionais concentram o controle sobre grande parte do mercado fonográfico brasileiro: Universal Music, BMG, Sony Music, Warner e EMI. Ver Fenerick (2008). Essa concentração se observa de maneira correspondente no mercado mundial de discos. Em 2002 as cifras do controle desse mercado se distribuíam da seguinte maneira: BMG respondendo por 11,1%, a EMI 12%, a Sony 14,1%, a Warner 11,9%, a Universal 25,9% e os selos independentes somados, 25%. Ver Mendonça (2004).



esta intermediação, cabe aos próprios artistas, individualmente ou em parceria com seus produtores ou pequenos selos, serem empreendedores de suas próprias carreiras, passando a pensar, eles mesmos, suas articulações identitárias nas diversas situações em que se posicionam no mercado, tendo em vista a valorização do seu trabalho.

Articula-se a este tipo de dinâmica, o fato de que o disco parece estar perdendo sua centralidade no processo de comercialização da música, um dos aspectos fundamentais para entendermos a atual crise da indústria fonográfica. Por outro lado, para os artistas que atuam no cenário independente, este processo vem implicando em viabilizar financeiramente suas carreiras, fundamentalmente a partir da renda gerada em shows, via bilheteria ou cachês.

Em um contexto de aumento exponencial dos *downloads* ilegais de música por meio da Internet, a rede digital tem sido cada vez mais utilizada por inúmeros artistas - não somente os pouco conhecidos¹¹ - como espaço de divulgação e promoção de seus trabalhos, não tendo como objetivo principal comercializá-los neste suporte, mas sim utilizar esta mídia como mais um meio de formação de público para suas músicas, requisito para a valorização econômica de seus shows e de suas participações no mercado cultural.

Emerge, portanto, uma conjuntura em que as identidades das obras musicais são pensadas para além da categorização dos discos no mercado, podendo variar de acordo com os múltiplos contextos de inserção destes artistas na indústria cultural, em espaços como: jornais; revistas e

11 Como registra Eduardo Vicente (2006), tem-se observado artistas já consagrados, que foram dispensados ou decidiram se afastar das grandes gravadoras, optando por parcerias com gravadoras independentes na produção de seus novos trabalhos, como foi o caso recente de Alceu Valença (DeckDisc), Ed Motta e Gal Costa (Trama) e Chico Buarque e Maria Bethania (Biscoito Fino).

cadernos especializados; mídias virtuais diversas; apresentações em casas noturnas e espaços de visibilidade na noite; canais de TV a cabo voltados para o segmento ou o nicho com que trabalham; apresentações fora do país ou eventualmente num grande meio de comunicação de massa como é o caso das TVs abertas. Em cada caso tem-se observado que são possíveis posições identitárias distintas por parte dos artistas. Um mesmo artista pode se colocar (ou eventualmente ser colocado), por exemplo, como “de samba” numa situação, “de MPB” em outra, ou ainda como fazendo um “samba-dub-soul” num terceiro cenário¹².

Num panorama desta natureza, entende-se que se configuram novos campos de possibilidades para a organização da produção da música popular brasileira, especialmente para aquela que passa a ser produzida fora do âmbito das grandes gravadoras de discos. Por outro lado, há indícios de que as novas relações de produção e consumo entre artistas, produtores musicais e público, geradas no contexto da produção independente expandida¹³, estão engendrando novas negociações identitárias em torno dos gêneros musicais e, especificamente,

12 Pode-se ilustrar este tipo de situação pensando o caso da cantora Céu, que é considerada pela mídia especializada em MPB como uma das principais cantoras da “nova safra” deste “gênero”. Ao mesmo tempo, ela própria, em determinadas situações, tem dado declarações de que não identifica seu trabalho com algumas das identidades associadas a esta sigla. Por outra parte, a artista tem um DJ de Rap em sua banda, o que tem ensejado participações suas na cena *Hip Hop*. De outro lado, é marca estética importante de suas produções a presença de elementos oriundos da música jamaicana, em diálogo com referências da música popular brasileira. Neste caso também isto tem ensejado, em contextos específicos, possibilidades de identificação junto ao público, a partir de gêneros como Reggae e Dub. De qualquer forma, há situações ainda, em que a cantora não nega o “rótulo” MPB, que “também pode ser utilizado para dizer sobre sua música”. Ver <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u70969.shtml>.

13 Denomina-se aqui a produção musical independente que se expande e se consolida no Brasil a partir do final dos anos 1990 e início dos 2000, se desenvolvendo contínua e progressivamente até os dias atuais.

em torno da denominação “MPB”.

É importante atentar para as conseqüências destas mudanças no tocante aos rumos criativos da música brasileira.

Ao marcar posição em torno de um gênero musical, ou de outro, os artistas constroem identidades para seus trabalhos artísticos, os quais passam por sua vez a ser afetados pelas identidades assumidas. Compreende-se, assim, que não somente mudanças na produção musical afetam os gêneros musicais, mas também que as transformações ocorridas nas maneiras como as obras musicais são categorizadas – por meio destes gêneros e das identidades que se formam em torno deles – podem implicar, uma vez que afetam o posicionamento sócio-cultural de produtores, músicos e ouvintes, em conseqüências importantes para a criação musical¹⁴.

Cabe recuperar aqui então, de modo sucinto, alguns elementos relativos à questão das identidades musicais presentes no processo histórico de formação da MPB, para em seguida refletir sobre o impacto das tecnologias digitais e do desenvolvimento progressivo da produção independente, sobre as condições de formulação da identidade MPB – hoje bastante diferente das que vigoraram nas primeiras décadas de formação e consolidação inicial da idéia de “música popular brasileira”.

Percursos históricos da identidade “MPB”

Na pesquisa social acadêmica sobre música no Brasil, verifica-se que há um conjunto importante de estudos e análises dedicados ao universo do que se convencionou chamar, a partir da segunda metade do século XX, de “música popular brasileira”. Esta expressão e a sigla que lhe corresponde

tem demarcado, ao longo da história, diversas significações no tocante às identidades musicais a elas associadas. Contemporaneamente, este contexto de sentidos controversos, múltiplos e mesmo contraditórios observados historicamente para estas nomenclaturas, parece se estabelecer e se articular de maneira ainda mais complexa. Assim, identifica-se hoje, nos estudos sobre música popular brasileira, uma dificuldade significativa - e sintomática - em se definir com precisão esta expressão e esta sigla.

O sociólogo Renato Ortiz (2009), aponta para os novos significados que a música popular brasileira adquire hoje: “cada vez mais ela deixa de ser MPB, tal como era tradicionalmente definida”. Coloca ainda que, neste cenário, “um conjunto de novos atores, com novos interesses, constroem suas identidades de outras formas” (ORTIZ, 2009, p. 14).

Marcos Napolitano (2007), um dos principais estudiosos da MPB no campo da historiografia da música popular, comenta ao se referir à ‘MPB com maiúsculas’, que esta, mais do que um gênero musical específico, “é um guarda-chuva de vários gêneros, movimentos e estilos tão diferenciados que, mal parafraseando Cecília Meirelles, todo mundo sabe o que é, mas ninguém consegue explicar”. De outra parte afirma ainda que “essa instituição ainda é forte o suficiente para se impor como medida de valor e símbolo de uma época em que a música popular foi um dos centros do projeto moderno brasileiro” (NAPOLITANO, 2007, p. 6 e 7).

Luiz Werneck Vianna (2004), ao analisar historicamente a MPB, aporta a ideia de que esta se constitui nos anos 1960 como um campo em que a linguagem e o mundo conceitual dos intelectuais tomavam forma no molde da experiência acumulada na arte popular. Para o autor “a MPB se constitui então em um lugar onde se pratica a interpretação culta do país, acessível pela sua forma ao grande

¹⁴ Sobre as relações entre gêneros musicais, criação artística e as condições de reconhecimento da música pelo público consumidor, ver Janotti Junior (2006).



público” (VIANNA, 2004, p. 76). Neste sentido, uma hipótese possível de se levantar é a de que a reorganização, o colapso ou a crise em torno da valorização de alguns dos sentidos originais agenciados pelo termo MPB estejam relacionados, em parte, ao declínio da legitimidade dos discursos dos intelectuais da MPB como operadores do diálogo entre os “simples” e as classes cultas, tais como o define Luis Werneck Vianna (2004).

De qualquer forma, há perspectivas em desenvolvimento como a de Rafael Saldanha (2008), que procuram demonstrar que o termo MPB – que ao longo de sua história teve significados tão diversos a si atribuídos – passa, por outro lado, a partir do final da década de 1990 e mais ainda nos anos 2000, a se constituir num gênero musical propriamente dito, com sonoridades e atitudes artísticas específicas que lhe correspondem.

Torna-se importante então, neste momento, expor de modo breve a trajetória histórica da MPB no que se refere à questão das identidades musicais que têm correspondido a esta sigla. Aproveita-se ainda para ressaltar desde já a ideia básica que será aprofundada mais adiante, de que toda identidade é uma construção simbólica que se faz em relação a um referente (ORTIZ, 2009, p. 13), sendo assim sempre relacional (WOODWARD *apud* SALDANHA, 2008, p. 11).

Deste modo, ao pesquisar a história da MPB, nos desenvolvimentos de Zan (2001), Napolitano (2002, 2007), Sandroni (2004), Morelli (2008) e Saldanha (2008), observa-se que ela tinha como alteridade nos anos 1960 a presença da “música estrangeira” que “invadia” o país, por exemplo, com as guitarras elétricas da Jovem Guarda e num segundo momento da Tropicália. Pouco depois, os expoentes artísticos do Tropicalismo foram incorporados como pertencentes à Música Popular Brasileira, de forma que estes *outros* a partir do qual se constituíam

identidades possíveis para a sigla MPB, e os limites e amplitudes da sigla, estiveram se alterando ao longo de sua trajetória.

Embora não seja possível detalhar este processo aqui, importa destacar que já nos anos 1980 o sentido restritivo inicial da sigla se amplia quase indefinidamente para aceitar em seu interior os “roqueiros-poetas” do Rock Nacional (ou do *BRock*). Na esteira deste deslocamento de sentido, a MPB se constitui a partir dos anos 1990 como identidade musical em oposição a segmentos *pop*, cuja produção era pensada pela indústria fonográfica para o consumo de massa num sentido mais estrito, como era o caso do Pagode, do Sertanejo, do Brega e do Axé. É a partir desta década que emerge a noção de MPB entendida como gênero musical propriamente dito.

Como destaca Carlos Sandroni (2004), perto do final dos anos 1990, nos defrontamos

com uma nova maneira de encarar a MPB, um novo significado atribuído à sigla. Ela passou a ser compreendida também como etiqueta mercadológica. (...) A partir dos anos 1990 (...) a afirmação ‘gosto de MPB’ passa a só fazer sentido se interpretada como adesão a um segmento do mercado musical (SANDRONI, 2004, p. 31).

Assim, neste processo de constituição da possibilidade da MPB como gênero musical, ela adquire novamente um sentido específico, embora substancialmente diferente do inicial: passa-se a observar, nas lojas de discos, ao lado da prateleira MPB, categorias ou gêneros musicais como “Samba”, “Choro”, “Rock Nacional”, “Regional”. Trata-se de uma mudança significativa, pois em outros tempos seria difícil pensar esta contraposição entre estes segmentos e a MPB.

Cabe perguntar, então, o que vem a ser hoje esta “MPB” que, enquanto gênero musical, é algo diferente do Samba, Choro, Maracatu, Rock, Rap... E ainda, o que faz um artista ser considerado de “MPB” neste contexto?

Podemos pensar, por um lado, com Saldanha (2008) que afirma em seu estudo haver respostas diferenciadas para estas perguntas, de acordo com cada contexto ou situação. Como ele afirma, “algumas vezes parece ser quase impossível dizer com certeza se determinado artista é de MPB. Mais fácil é dizer que ele está MPB”. Para este pesquisador, isto se relaciona a uma realidade em que não somente as identificações dos artistas em relação à sigla MPB são múltiplas e cambiáveis, mas na qual também há uma pluralidade de identidades que esta denominação demarca, pois “os diversos significados que a sigla teve ao longo das décadas continuam vigentes, ocupando e confundindo o imaginário musical brasileiro” (SALDANHA, 2008, p. 60).

O tema das identidades na teoria social

Tendo em vista problematizar este cenário, considera-se fundamental um olhar mais próximo sobre o tema geral da *identidade* que, já há algum tempo, vem sendo amplamente discutido na teoria social. Nesta direção, cabe destacar inicialmente a contribuição oriunda dos estudos de etnicidade para a construção do pensamento científico sobre este conceito. São pertinentes, neste sentido, os apontamentos de Manuela Carneiro da Cunha (1985), quando afirma que o que se ganhou com estes estudos foi

a noção clara de que a identidade é construída de forma situacional e contrastiva, ou seja, que ela constitui uma resposta política a uma conjuntura, resposta *articulada* com as outras

identidades em jogo, com as quais forma um sistema. É uma estratégia de diferenças (CARNEIRO DA CUNHA, 1985, p. 206).

Para a discussão proposta neste artigo, interessa ainda mais particularmente os apontamentos feitos pelo teórico Stuart Hall (1999), ao procurar repensar a cultura no contexto complexo e contraditório da globalização, e num momento histórico em que as identidades culturais se tornam lances discursivos de fundamental importância para os sujeitos. Hall desenvolve a ideia de que, contemporaneamente, o processo de identificação através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tem se tornado mais provisório, variável e problemático. Este processo

produz o sujeito pós-moderno conceitualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade se torna uma ‘celebração móvel’, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 1999, p. 12 e 13).

Assim, no contexto que é objeto da análise de Hall, a problemática colocada por Manuela Carneiro da Cunha ao pensar identidades étnicas, ou coletivas, é levada também para o âmbito da tomada de posição identitária do indivíduo na sociedade. Desta forma, cada vez mais é colocada aos agentes a possibilidade de jogar “o jogo das identidades”, rearticulando posições com mais rapidez, tendo em vista os mais diversos interesses - econômicos, políticos, e no caso dos agentes considerados em nosso tema, *também* artísticos.

Levar esta discussão para o âmbito da produção, distribuição e consumo da música popular no contexto da indústria cultural significa, no nosso



entender, procurar pensar quais as “regras do jogo” específicas a este campo da cultura e da economia, que se entrecruzam com estas novas perspectivas para o estabelecimento das identidades culturais na pós-modernidade.

Se, de um lado, o historiador Eric Hobsbawm se permite colocar, por exemplo, que “atualmente, a maior parte das identidades coletivas são mais bem camisas do que peles: são, em teoria pelo menos, opcionais” (HOBBSAWN *apud* NICOLAU NETTO, 2007, p. 132), de outro o sociólogo Michel Nicolau Netto (2007), ao estudar a música em suas condições sociais e econômicas de produção, procura problematizar esta assertiva, lembrando que

“estas camisas estão no mercado e, portanto têm preço e condições de compra e de uso (...). Melhor seria dizer que a alguns só se dá a competência de adquirir uma camisa, a única que lhes poderá servir, e assim se tornará pele. A outros há todo um guarda roupa à disposição” (NICOLAU NETTO, 2007, p. 132 e 133).

A MPB e as novas condições de estabelecimento das identidades musicais

É importante atentarmos para as relações econômicas, culturais e tecnológicas que demarcam as possibilidades de produção e distribuição da música e no seio das quais as identidades musicais dos artistas podem ser formadas junto ao público. Neste sentido, considera-se imprescindível um olhar mais detido sobre as profundas transformações e redefinições que ocorrem contemporaneamente nesta área. Indicou-se antes que estas modificações parecem se relacionar, fundamentalmente, com a complexificação da cadeia produtiva da fonografia, reorganizada pelo surgimento de novas tecnologias e hábitos de consumo de gravações sonoras na era

digital.

Cabe procurar entender em que medida esta nova realidade se relaciona com a diversificação de usos e sentidos mobilizados em torno da(s) identidade(s) MPB, num contexto em que a produção independente, expandida, se consolida cada vez mais como uma forma importante de viabilização econômica e artística no mundo da música brasileira, paralelamente e em diálogo com a grande Indústria Fonográfica.

Boa parte dos estudos realizados até hoje sobre a música popular brasileira no âmbito da Sociologia observou-a a partir das potencialidades e restrições colocadas pela Indústria Fonográfica para a criação estética. Com o declínio de sua centralidade exclusiva como *locus* preponderante de organização e distribuição comercial da música, cabe possivelmente uma revisão sobre estes marcos de análise, abrindo espaço para pensarmos a emergência de um novo campo de condições para a criação musical que ocorre fora da vinculação mais estrita com a estrutura tradicional das *majors*.

Importa identificar, por exemplo, que a identidade pensada para a MPB quando esta é um segmento do catálogo de uma grande gravadora, tem se mostrado substancialmente diferente das identidades delineadas para a sigla nas diversas situações em que a produção da música brasileira ocorre nos marcos da produção independente. É possível, assim, pensar em uma diversificação dos lugares a partir dos quais emergem as atribuições de sentido ao termo MPB.

Nesta direção, talvez possamos fazer uma analogia com o conceito de *deslocamento* de Ernest Laclau (1990), pensando a “Música Popular Brasileira” como uma identidade cuja estrutura tem tido seu centro deslocado, mas cujo centro não tem sido substituído por outro, mas por uma pluralidade de “pontos nodais particulares de articulação”

(LACLAU *apud* HALL, 1999, p. 16).

A partir da observação próxima do cenário musical urbano brasileiro nos últimos cinco anos¹⁵, nota-se que as novas condições de produção e viabilização econômica da arte musical no seio da produção independente expandida têm trazido consigo novas situações para o estabelecimento de identidades musicais. São diferentes os sujeitos envolvidos na formação destas identidades, assim como se diversificam as estratégias, as instâncias e espaços para a sua legitimação. Se antes o artista formava sua identidade musical a partir de um planejamento em negociações com grandes gravadoras, nos quais se definiam as estratégias de inserção das obras musicais na indústria cultural¹⁶, no campo da produção independente esta realidade é bastante diferente.

Atuando, hoje, num mercado de nicho¹⁷, estes artistas mobilizam constantemente significados para suas obras, ao dialogar com “a cena” de que fazem parte. Estes espaços de veiculação de discursos são os mais variados: desde a apresentação em meios de comunicação voltados para o seu segmento, passando por shows realizados nos mais diversos contextos (e nos quais muitas vezes a cena “de MPB” se entrecruza com as cenas de ritmos jamaicanos, de Rap, de Rock...), inserções em mídias impressas e digitais, além de seus próprios *sites* e *blogs*, entre outras instâncias. Pensando especificamente na música popular brasileira, percebe-se que esta realidade tende a complexificar ainda mais os sentidos controversos observados historicamente para a denominação MPB.

15 Reporto-me aqui à minha experiência profissional como DJ de música brasileira, e produtor cultural, atuando proximamente ao campo abordado neste estudo, nos últimos cinco anos.

16 Ver Morelli (2008).

17 Utiliza-se o conceito de mercado de nicho exposto por Nicolau Netto (2007) tendo em vista o trabalho de Anderson (2006).

Não se trata, do ponto de vista colocado aqui, de enxergar o campo da produção independente como fornecedor de condições “mais livres” ou “menos livres” para o estabelecimento de identidades musicais por parte dos artistas, mas sim de nos propormos a identificar as novas mobilizações de sentido possíveis ou necessárias neste novo ambiente de produção econômica em torno da música. Como nos lembra o sociólogo Renato Ortiz (2000), mesmo nesta nova realidade, a criatividade destes artistas continua sendo “difícil, negociada, mediada pela técnica e pelas leis de mercado” (ORTIZ, 2000, p. 12). O que ocorre agora é que as condições colocadas para o artista se locomover na conquista pelo espaço no mercado da música são outras.

Considerações finais

O panorama apresentado sobre as novas condições em que se desenvolve a “música popular brasileira”, parece colocar novos desafios para a pesquisa acadêmica, na medida em que demanda uma revisão crítica de alguns marcos tradicionais de análise que tem referenciado este campo de estudos, como é o caso da relação entre grande indústria fonográfica e produção musical.

Estamos de fato diante de mudanças bastante importantes nas maneiras como a produção e o consumo musical são percebidas por artistas, público, produtores e demais agentes da indústria cultural.

O objeto de discussão deste artigo coloca a necessidade contemporânea de rever a problemática dos sentidos agenciados pela ideia de “música popular brasileira” (ou “MPB”). Se é fato que nos últimos anos se constituiu efetivamente no Brasil um campo de estudos interdisciplinar sobre “música popular brasileira” (ou “MPB”), como defende Napolitano (2007), cabe-nos então



refletir sobre os rumos futuros desta expressão, deste conceito, desta ideia, e das produções a ela associadas, num momento em que se apresentam produções estéticas tão diversas e inovadoras em nossa música contemporânea.

Parte significativa destas produções, embora herdeiras do arcabouço criativo que formou a “música popular brasileira”, a partir de gêneros como o Samba, o Baião, a Bossa Nova, o Soul brasileiro, entre outros, muitas vezes não tem sido associadas hoje, por artistas, produtores e público, à identidade “MPB” – fato observado, de modo sintomático, no universo da produção independente. Outras maneiras de se classificar, de se identificar e compreender as trajetórias criativas da música brasileira estão em plena emergência na atualidade, processo que demanda por pesquisas acadêmicas capazes de mapear e analisar esta nova realidade.

Contribuir com a reflexão sobre alguns aspectos que consideramos importantes relativamente ao devir da “música popular brasileira” ou de suas identidades “herdeiras”, é o que se propôs fazer aqui. Parece-nos que mais do que *explicações*, a especificidade das transformações aqui referidas, pede à investigação acadêmica, antes de mais nada, a consideração das *implicações* dessas mudanças, as quais tem se dado de forma contínua e cada vez mais acelerada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa ao mercado de nicho. São Paulo: Campus, 2006.

CARNEIRO DA CUNHA, Manuela. Negros, estrangeiros: os escravos libertos e sua volta à África. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DE MARCHI, Leonardo. Reorganização da indústria fonográfica e suas conseqüências para a produção de bens simbólicos. IN: XIV Congresso Brasileiro de Sociologia, Rio de Janeiro. Sociologia: Consensos e Controvérsias, 2009.

DIAS, Márcia Tosta. Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo, 2000.

FENERICK, José Adriano. A globalização e a indústria fonográfica na década de 1990. ArtCultura (UFU), v. 10, p. 123-139, 2008.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. E-Compós (Brasília), v. 1, p. Edição 06/09-2006, 2006.

MENDONÇA, Luciana Ferreira Moura. Do mangue para o mundo: o local e o global na produção e recepção da música popular brasileira. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP, 2004.

MORELLI, Rita de Cássia. O campo da MPB e o mercado moderno de música no Brasil: do nacional-popular à segmentação contemporânea. ArtCultura (UFU), v. 10, p. 83-97, 2008.

NAPOLITANO, Marcos. História & Música. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

_____. A síncope das idéias: a questão da tradição na música popular brasileira. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

NICOLAU NETTO, Michel. Discursos identitários em torno da música popular brasileira. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP, 2007.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

_____. Prefácio. IN: DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.

_____. Prefácio. IN: NICOLAU NETTO, Michel. *Música brasileira e identidade nacional na mundialização*. São Paulo, SP: FAPESP: Annablume, 2009.

SALDANHA, Rafael Machado. *Estudando a MPB: Reflexões sobre a MPB, Nova MPB e o que o público entende por isso*. Dissertação de Mestrado em Bens Culturais e Projetos Sociais, CPDOC, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, RJ, 2008.

SANDRONI, Carlos. "Adeus à MPB". IN: CAVALCANTE, Berenice, STARLING, Heloísa M. M., EISENBERG, José (Org.). *Decantando a República: inventário histórico e político da canção popular moderna brasileira*. V.1. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

VIANNA, Luis Werneck. *Os "simples" e as classes cultas na MPB*. IN: CAVALCANTE, Berenice, STARLING, Heloísa M. M., EISENBERG, José (Org.). *Decantando a República: inventário histórico e político da canção popular moderna brasileira*. V.1. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

VICENTE, Eduardo. *A vez dos independentes (?): um olhar sobre a produção musical independente do país*. E-Compós (Brasília), v. 7, p. 1/19-19/19, 2006.

ZAN, José Roberto. *Música Popular Brasileira, Indústria Cultural e Identidade*. EccoS Revista Científica. Ano 1, volume 3. São Paulo: UNINOVE, 2001.

Música Popular Brasileira no contexto das tecnologias digitais: a produção independente e a emergência de novas estratégias e representações sobre as identidades musicais

Thiago Pires Galletta

Data do Envio: 25 de março de 2011.

Data do aceite: 18 de maio de 2011.

