

SUMÁRIO

SONORIDADES – NOVAS TECNOLOGIAS E ESTÉTICAS

- 1** **Introdução à arqueologia da escuta - Do som e da voz como objetos de enunciação** **7**
Ivan Capeller
- 2** **Sonoridades, música e mobilidade: um estudo sobre as novas práticas tecnológicas baseadas na especialização e nos dispositivos móveis** **16**
Diego Brotas
- 3** **Schizophonia digital: explorações da condição da música na cibercultura** **27**
Rafael Dupim Souza
- 4** **O Admirável mundo da tecnologia musical: Do fonógrafo ao MP3, a funcionalidade do gênero para a comunicação da música** **37**
Nadja Vladi
- 5** **“Cada um com seu iPod” - A escuta de *In Rainbows*, do Radiohead** **50**
Jorge Cardoso Filho
- 6** **Por uma Economia Política do Funk Carioca - Notas sobre a teoria pós-moderna e seus desdobramentos na música popular contemporânea**
Pablo Laignier
- 7** **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
- 8** **VideoSongs da banda Pomplamoose: o que você vê é o que você ouve** **88**
Marcelo Bergamin Conter
e Alexandre Rocha da Silva

- 9** **Indústria fonográfica X novas plataformas musicais - Trânsitos sonoros na era da Internet** **101**
Tatiana Rodrigues Lima
- 10** **Sonoridade - elemento integrante da linguagem e cultura radiofônica** **113**
Graziela Bianchi
- 11** **Rádio na Web - Um novo modelo de comunicação radiofônica** **124**
Nair Silva
- 12** **O novo rádio: um estudo sobre a tecnologização da redação em uma emissora comunitária de interior** **135**
Debora Cristina Lopez
e Roscéli Kochhann
- 13** **Som e complexidade urbana: apontamentos a partir de uma visão sistêmica das sonoridades do comércio popular no Hipercentro de Belo Horizonte** **146**
Juliana O. Rocha Franco
e Pedro Silva Marra

EDITORIAL

Ciberlegenda Nº 24 – 2011/1 - Vol.2

Prezados leitores,

Esta edição da revista **CIBERLEGENDA** vem em versão dupla.

Devido tanto à quantidade como à excelente qualidade das contribuições recebidas nesta ocasião, temos o prazer de apresentar dois volumes simultâneos da publicação, lançando um rico conjunto de debates em torno do tema Mídia e **SONORIDADES**.

O primeiro volume, intitulado “**Sonoridades - No cinema e no audiovisual**”, inclui 13 artigos que apresentam variadas discussões acerca do som nas produções audiovisuais modernas e contemporâneas: do hiper-realismo sonoro às representações e re-apropriações da música e das “paisagens sonoras” pelas artes das telas. Este volume também compreende reflexões acerca do silêncio como produtor de sentido e sobre o papel do som numa perspectiva histórica.

Já o segundo volume articula 13 artigos em torno do grande tema “**Sonoridades - Novas tecnologias e estéticas**”. São apresentadas algumas questões relativas à produção sonora e audiovisual que circula pela internet, bem como às novas relações entre produção e consumo de sons diante dos novos cenários tecnológicos, e às experiências estéticas nos contextos urbanos e hiper-conectados da contemporaneidade.

A **ESTAÇÃO TRANSMÍDIA**, por sua vez, contempla os trabalhos de vários pesquisadores convidados especialmente para contribuir com tais discussões, a partir da utilização de material de naturezas diversas e em múltiplos suportes.

Agradecemos a colaboração de todos os autores que participaram desta edição especial, desejamos boas leituras e aproveitamos, também, para agradecer o valioso trabalho da equipe editorial e dos pareceristas.

Atenciosamente,

Mauricio de Bragança e Paula Sibilía

Coordenadores da Equipe Editorial



EQUIPE EDITORIAL

Coordenadores editoriais

Paula Sibilía
Maurício de Bragança

Vice-coordenadora editorial

Thaiane Oliveira

Editor de Layout e Webdesigner

Luiz Garcia Vieira Jr
Thiago Petra

Sub editores

Ana Paula Ladeira Costa
Ednei de Genaro
Luiz Garcia Vieira Jr
Flora Daemon
Thiago Petra
Lígia Azevedo Diogo
Maria Izabel Muniz Ferrari
Melina Santos

Revisores

Alba Livia Tolon Bozi
Lucas Laenter Waltenberg
Isac Guimarães
Matilde Soares da Silveira
Isaac Pipano
Rodrigo Capistrano

CIBERLEGENDA é uma publicação eletrônica do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense.

Edição N° 24, 2011/1
ISSN 1519-0617

CONSELHO EDITORIAL

Alberto Efendy (Brasil)
Ana Paula Goulart Ribeiro (Brasil)
Eduardo Vizer (Argentina)
Héctor Sepúlveda (P. Rico)
Luiz Signates (Brasil)
Milton Campos (Canadá)
Raul Fuentes (México)
Regina Andrade (Brasil)
Roger de la Garde (Canadá)
Professores do PPGCOM/UFF (Brasil)

CONSELHO CONSULTIVO DE AVALIAÇÃO

Pareceristas Doutores

Adalberto Muller
Afonso de Albuquerque
Alessandra Aldé
Ana Lucia Enne
André Guimarães Brasil
Ângela Freire Prysthon
Aníbal Bragança
Arthur Autran Franco de Sá Neto
Benjamin Picado
Carla Barros
Carla Rodrigues
Denis de Moraes
Cezar Migliorin
Edvaldo Souza Couto
Eduardo de Jesus
Eduardo Vicente
Eliana Monteiro
Erick Felinto
Evelyn Orrico
Fabián Rodrigo Magioli Núñez
Fátima Regis
Fernando Moraes da Costa
Fernando Resende
Geisa Rodrigues Leite
Gláucio Aranha
Gisela Grangeiro da Silva Castro
Guilherme Nery
Guilherme Werlang
Gustavo Souza
India Mara Martins
Ivan Capeller
Jeder Janotti Jr.



João Luiz Vieira
Jorge Cardoso Filho
José Ferrão Neto
Kleber Mendonça
Laura Cánepa
Leonardo de Marchi
Leticia Canterela Matheus
Lilian França
Liliane Heynemann
Luciana Sá Leitão Corrêa de Araújo
Luciane Soares da Silva
Marcela Antelo
Marcia Carvalho
Maria Cristina Franco Ferraz
Marco Roxo
Mariana Baltar
Mariana Martins Villaça
Marcio da Silva Pereira
Marildo Nercolini
Maurício de Bragança
Maurício da Silva Duarte
Mauricio Parada
Micael Herschmann
Mônica de Fátima Rodrigues Nunes Vieira
Monica Brincalepe Campo
Nara Maria Carlos de Santana
Nilda Jacks
Paula Sibília
Patrícia Saldanha
Pedro Plaza Pinto
Rafael de Luna
Rafael Fortes
Rodolfo Caesar
Rodrigo Labriola
Roberto Reis
Roberto Carlos da Silva Borges
Rodrigo Murtinho
Rogério Martins de Souza
Simone Andrade
Simone Luci Pereira
Silvana Louzada
Tadeu Capistrano
Tunico Amancio
Vânia Torres
Vera Dodebei
Wilson Borges

Pareceristas Doutorandos

Adriane Martins
Amilcar Bezerra
Alba Livia
Ana Paula Silva Ladeira Costa
Ariane Diniz
Beatriz Polivanov
Cláudia Linhares Sanz
Danielle Brasiliense
Ednei de Genaro
Erly Milton Vieira Junior
Emmanoel Ferreira
Fabíola Calazans
Fabro Steibel
Frederico Carvalho
Gabriel Cid
Hadija Chalupe
Heitor Luz da Silva
Ilana Feldman Marzochi
Igor Sacramento
Isac Guimarães
Ivonete Lopes
José Cláudio Castanheira
Julio Cesar de Oliveira Valentim
Larissa Morais
Lia Bahia
Lígia Azevedo Diogo
Luiz Felipe Zago
Luiz Adolfo de Andrade
Marcel Vieira
Marcelo Garson
Marcelo Luciano Vieira
Maria Alice Nogueira
Marina Caminha
Marina Tedesco
Michelle Roxo
Nelson Ricardo Ferreira da Costa
Pedro Lopera
Simplício Neto
Viktor Chagas

Pareceristas *ad hoc*

Daniel Pinna
Sandro Torres



Introdução à arqueologia da escuta - Do som e da voz como objetos de enunciação¹

Towards an archaeology of hearing - Sounds and voices as objects of enunciation

Ivan Capeller ²

RESUMO A arqueologia da escuta rompe com os limites estreitos da história da música e abre a possibilidade de uma nova compreensão da historicidade dos regimes de escuta, não mais entendidos apenas como o reflexo passivo de uma percepção dos sons determinada apenas pela fisiologia da audição, mas epistemologicamente reconfigurados pelo conceito de objeto-som, de Pierre Schaeffer.

PALAVRAS-CHAVE Escuta; som; cinema.

ABSTRACT The archaeology of hearing breaks up with the strict boundaries pertaining to the history of music in order to open up new possibilities of understanding the historicity of different hearing *régimes* or orders, no longer conceived as passive reflexes of an exclusively physiological sound perception process, but actually re-configured, in an epistemological way, by Pierre Schaeffer's concept of *object sonore*.

KEYWORDS Hearing; sound; cinema.

1 Versão modificada de texto apresentado em conferência do Colóquio Foucault, realizado na UERJ em 2005.

2 Ivan Capeller é técnico de som direto, doutor em comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).



Nas últimas páginas de sua *Arqueologia do Saber*, Foucault levantou a possibilidade de uma investigação arqueológica que “fizesse aparecer a regularidade de um saber mas não se propusesse a analisá-lo na direção das figuras epistemológicas e das ciências” (1972, 233). Embora a investigação arqueológica tenha se constituído ao redor de pesquisas de caráter epistemológico sobre a formação dos discursos científicos e sobre a sua respectiva configuração doutrinária e disciplinar em ciências específicas, isto é, restritas a áreas bem delimitadas da atividade e do conhecimento humano³, Foucault aponta aqui para os pressupostos de uma arqueologia mais abrangente, que possa ser aplicada àqueles campos de atividade e conhecimento que jamais lograram ultrapassar totalmente o limiar de cientificidade necessário à sua consolidação integralmente disciplinar. Áreas do saber e do fazer humanos, como a política, a sexualidade ou o olhar podem ser submetidas à investigação arqueológica tanto quanto a linguística ou a biologia, pois mesmo irreduzíveis a tentativas teóricas de cientificização e normatização conceitual (portanto a rigor irreduzíveis a qualquer *episteme* historicamente dada), não cessam de oferecer à investigação arqueológica conjuntos de objetos e modos de enunciação, conceitos e práticas sociais, além de uma série de estratégias e de dispositivos os mais variados em sua natureza e finalidade. Tais conjuntos se inscrevem na « positividade de um saber » (para usar uma expressão do próprio Foucault) e desenvolvem constantemente os seus próprios limiares de epistemologização, isto é, demandam e produzem conhecimentos e habilidades específicos que são necessários à sua prática⁴.

3 Ver, a este respeito, FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*, Martins Fontes Editora, São Paulo, 1995.

4 Acerca dos sucessivos limiares (de positividade, de epistemologização, de cientificização e de formalização) que uma determinada formação discursiva pode atravessar, ver FOUCAULT, Michel: *A arqueologia do saber*, Editora Vozes, Rio de Janeiro, 1972, pp.225-229.

Embora não apontem, assim, diretamente para a *episteme* de sua época, essas áreas podem orientar a investigação arqueológica para outras direções.

Ao pensar tais possibilidades, Foucault adensa a investigação arqueológica, que se faz mais autônoma em relação às configurações epistemológicas por ela mesma traçadas, e estabelece as bases para uma compreensão mais precisa da relação entre as *epistemes* e as demais formações discursivas: uma investigação sobre o olhar, por exemplo, não deve desvinculá-lo jamais dos saberes a que se acopla, ao mesmo tempo em que nos remete à irreduzibilidade deste mesmo olhar à enunciação, conferindo-lhe uma discursividade própria que - se não chega a se constituir em *episteme* (se não ultrapassa o limiar de cientificização, como diria Foucault) possui, mesmo assim, uma ampla margem de expressão em relação às grandes formas de subordinação epistêmica dos enunciados⁵.

A irreduzibilidade final da *aisthesis* à *episteme*, ou dito de outra maneira, dos modos de percepção sensorial aos modos de cognição intelectual, não é, portanto, um problema insolúvel para a investigação arqueológica, pois constitui-se, pelo contrário, na confirmação última da consecução de seus objetivos, quais sejam, a historicização radical das *epistemes* a partir de suas condições materiais concretas de emergência e o delineamento de um mapa ou cartografia das constelações discursivas em que formações e nebulosas das mais diversas características - epistêmicas e “aisthéticas”, políticas e éticas - entrecruzam-se e entrechocam-se em incessante reconfiguração. Olhar e escuta inserem-se, aqui, como catalisadores em potencial de sistemas de formação discursiva não epistêmicos, séries específicas de arquivos que estão, por

5 Sobre Nietzsche, Foucault e a questão do olhar, ver SHAPIRO, Gary: *Archaeologies of Vision - Foucault and Nietzsche on Seeing and Saying*, The University of Chicago Press, Chicago, 2003.

definição, excluídos da história das ciências - mas que podem ser extraídos da história da cultura através da investigação arqueológica.

Uma investigação arqueológica da escuta está, portanto, perfeitamente fundamentada através das mesmas condições que já possibilitaram a outros autores a investigação arqueológica sobre o olhar, baseando-se nas mesmas premissas: não analisa nem interpreta “as grandes obras dos grandes compositores” de um ponto de vista estilístico, semiológico ou hermenêutico, mas também não procura determinar o sentido final de uma obra ou peça musical a partir de esferas extrínsecas ao campo do audível, tais como a economia, a política ou a sociologia. Nem semiologia da música, nem sociologia do concerto, a arqueologia da escuta descreve as transformações históricas do campo do audível através das regularidades específicas que o habitam transitoriamente, como discursos. Os enunciados que conformam seus arquivos compreendem um *corpus* muito rico e vasto de material, um material que não se refere apenas às frases, melodias e canções populares de um determinado repertório ou período, nem se limita às obras e peças musicais mais representativas de um certo extrato ou período histórico, pois também abrange os seus dispositivos técnicos (instrumentos musicais, aparelhos de registro e reprodução do som) e as suas estratégias de difusão (igrejas, salas de concerto, rádio e TV), assim como os conceitos que lhe são correlatos (acústicos, eletromagnéticos, digitais).

A arqueologia da escuta deve servir-se da história da música com a mesma distância prudente e reservada que deve manter em relação à história do cinema, por exemplo. A repartição dos seus arquivos não corresponde necessariamente às grandes periodizações e divisões estilísticas da historiografia musical, mas não tem como deixar de

referir-se a elas em um primeiro momento. Até-se tanto às mutações em seu interior como às inúmeras modificações no campo do audível que ocorrem ao lado e por fora dos códigos musicais. Por isto, não implica em absoluto o estabelecimento de uma lista de sons “já dados”, supostamente à disposição de uma escuta eternamente idêntica a si própria, “natural”, e referida, por sua vez, a uma fisiologia da audição humana integralmente determinável através das leis da acústica e da psicoacústica.

Ao propor uma compreensão do campo do audível como um campo perpassado por diversos extratos, ou camadas de organização do material sonoro à disposição em determinada época e lugar, a arqueologia da escuta deve determinar não só os respectivos objetos de escuta socialmente produzidos e compartilhados em cada extrato histórico, mas também avaliar, a cada extrato, a dominância relativa que certos objetos exercem sobre os demais, seus diversos modos de enunciação característicos (gêneros, estilos e autores, por exemplo), os conceitos que suscita, as estratégias que provoca e os dispositivos que produz. Uma de suas primeiras funções é avaliar os diversos modos historicamente determinados de escuta (ou regimes de escuta), mapeando e precisando suas diferenças. Se a percepção sonora de um homem do século XV era de tal forma diferente da nossa que o músico Robert Jourdain chega a afirmar que “de alguma forma, aprendemos a ignorar um nível de dissonância que os ouvidos do Renascimento não podiam suportar” (1998, 142), como pensar historicamente a escuta? Em que bases podemos fazer qualquer tipo de afirmação acerca das percepções auditivas do passado, recente ou distante?

Segundo Jourdain e outros músicos/escritores, como Nicholas Harnoncourt⁶, a historicidade não

6 HARNONCOURT, Nicholas: *O Diálogo Musical*, Jorge Zahar Editor, Rio de Janeiro, 1993.



habita apenas as formas e os estilos de composição musical, mas também os dispositivos de que esta se serve para capturar a escuta. Esses variam enormemente de natureza e função e não devem ser assimilados integralmente à noção de música ou de instrumento musical, pois há outros tipos de dispositivos de escuta igualmente importantes para a arqueologia, como os dispositivos arquitetônico-acústicos de escuta (anfiteatros, igrejas, salas de concerto) e os dispositivos de transdução elétrica ou eletro-magnética do som (telefones, microfones, alto-falantes).

A arqueologia da escuta só é possível quando a historicização dos dispositivos sonoros rompe com os limites estreitos da história da música para historicizar o próprio som como um objeto, possibilitando uma compreensão da escuta em que esta não se encontra subordinada passivamente à percepção auditiva. A escuta, entendida como um campo de possibilidades aberto para o inaudito, engendra a cada novo extrato histórico seus próprios objetos de eleição. Ao contrário do que poderíamos supor pelo exemplo da arqueologia do olhar, que pode remontar os vestígios de sua investigação a alguns milhares de anos (às imagens rupestres de Altamira e Lascaux, por exemplo), o som representa para a escuta um objeto necessariamente recente, tanto no sentido estritamente histórico e cronológico de sua fixação material em um suporte qualquer (algo que só veio a ocorrer nas sociedades ocidentais industrializadas da segunda metade do século XIX⁷) como no sentido, ao mesmo tempo mais preciso e abrangente, de um produto (ou resíduo) de uma operação fenomenológica consciente de redução da escuta a seus elementos puramente auditivos.

O som é, neste sentido, o objeto arqueológico por excelência: o último a ser escavado e a vir

à tona, embora se encontre sempre ao alcance imediato dos ouvidos. O som se subtrai à escuta na medida mesma em que a ela se expõe: encoberto por uma série de extratos ou camadas distintas, dos quais a música representa, ainda nos dias de hoje, o principal paradigma, o som possui a peculiar característica de furtar-se não só ao pensamento conceitual como também a si próprio, desviando-se incessantemente do registro perceptivo em que, teoricamente, deveria estar inscrito: o campo do audível. A história da arqueologia da escuta é a história desta escavação do audível pela modernidade, escavação em que o som emerge não só como um objeto de investigação, mas, sobretudo, como um objeto concreto de captura e apreensão, processamento e manipulação material.

A extraordinária novidade representada pela “descoberta do som” não foi até hoje enfatizada de forma suficiente, pois há uma série de objetos e de formas que se interpõem entre o som e a escuta, na superposição arqueológica dos extratos históricos. Assim, o cinema e a música inscrevem-se freqüentemente nesta arqueologia como formas de expressão para vários objetos de escuta perfeitamente distintos do som como um objeto: harmonia e melodia, palavra e voz, ritmo e ruído são objetos do campo do audível de que ambos se utilizam, escamoteando involuntariamente, para o pensamento, o problema do som como objeto.

Nietzsche foi um dos primeiros pensadores deste soterramento do som, invocando-o como uma espécie de fluxo subterrâneo sempre pronto a emergir por debaixo de uma série de figuras que o recobrem:

E agora imaginemos como, nesse mundo construído sobre a aparência e o comedimento, e artificialmente represado, irrompeu o tom extático do festejo dionisíaco em sonâncias mágicas cada vez mais fascinantes, como

⁷ Ver, a este respeito, CHION, Michel: *Le Son*. Éditions Nathan, Paris, 2002, pp.197-199.

nestas, todo o desmesurado da natureza em prazer, dor e conhecimento, até o grito estridente, devia tornar-se sonoro (NIETZSCHE, 2007, 45).

A arqueologia da escuta deve estabelecer uma distinção precisa entre os diversos modos de enunciação possíveis (linguagens musicais, verbais, mistas) e as não menos diversas condições concretas de audibilidade: instrumentos, dispositivos, configurações. Para determinarmos a relação entre a invenção do cinematógrafo, a dissolução do sistema harmônico da música européia e o surgimento de novos dispositivos baseados na transdução elétrica do som como o telefone, o microfone e o gramofone, por exemplo, faz-se necessária a compreensão dos possíveis elos subterrâneos que podemos traçar entre estes desenvolvimentos técnicos e estéticos específicos e certos acontecimentos que lhes são contemporâneos, como a proibição das linguagens visuais dos surdo-mudos em prol do aprendizado da leitura labial em 1880, durante o Congresso Internacional de Fonoaudiologia em Milão,⁸ ou o surgimento da psicanálise, nos anos 1890, como um dispositivo clínico voltado para a escuta do paciente.

Através da arqueologia da escuta também será possível uma reinscrição mais precisa do cinema sonoro como um entrecruzamento de linguagens e dispositivos de séries transversais e multilaterais de transformações históricas do nosso regime de escuta. Arqueologicamente falando, apenas a modernidade conhece o som como uma questão e como objeto, e este aparece inserido no mesmo âmbito de transformações sócio-econômicas e de desenvolvimento técnico que levou à invenção do cinematógrafo. Mas, assim como a polifonia vocal do século XV ainda não fazia da música o seu

verdadeiro objeto de escuta⁹, o século XIX também não fazia do som propriamente dito um objeto de escuta.

O som, como objeto, surge apenas em finais do século XIX, possibilitado (mas não determinado) pelo advento dos já mencionados novos dispositivos de escuta que permitiram, pela primeira vez na história da humanidade, a fixação de ondas sonoras eletricamente transduzidos: “não há objeto sonoro observável se este não estiver fixado e estabilizado sobre um suporte, podendo assim ser reescutado, reexplorado” (CHION, 2002, 204). Isto não significa que tais dispositivos devam ser considerados como a única causa registrável ou observável de um som, mas sim que o que estes dispositivos apresentam é uma nova possibilidade *para a escuta*: a possibilidade de estudo e manipulação dos sons como sons, e não como tons, palavras ou vozes. Tal possibilidade será exercitada ao longo do século XX tanto por meios exclusivamente sonoros, como o rádio e as músicas concreta e eletrônica, quanto por meios mistos, como o cinema sonoro e a televisão. Neste sentido, portanto, o som é um objeto ainda mais recente em nossa história do que o cinema: a exploração comercial do rádio e do cinema sonoro data apenas dos anos 1920 e 1930. Quanto à televisão, surgiu somente há cinquenta anos, sendo assim contemporânea da criação do conceito de objeto sonoro por Pierre Schaeffer e de suas primeiras pesquisas no campo da música concreta e eletrônica.

Para situarmos adequadamente as relações históricas do cinema com o som e relativizarmos

9 “Os mestres ‘flamengos’ não são artesãos. São cientistas da música, exercendo uma arte que só o músico profissional é capaz de compreender. As incríveis artes contrapontísticas de escrever até em 36 e mais vozes independentes, de inversão e reinversão de temas, em ‘escritura de espelho’ ou em ‘passo de caranguejo’, nem sempre parecem destinadas ao ouvido; a complexidade da construção só se revela na leitura. É música que menos se dirige aos sentidos do que à inteligência. É arte abstrata.” (Carpeaux, 1959,9).

8 Ver SACKS, Oliver: *Vendo Vozes - Uma Viagem ao Mundo dos Surdos*, Ed. Companhia das Letras, São Paulo, 1998.



o impacto quase folclórico do advento do cinema falado, devemos traçar a origem do som como objeto. Seguiremos a articulação histórica, proposta por Michel Foucault em *As Palavras e as Coisas*, entre “duas grandes descontinuidades na *epistémê* da cultura ocidental: aquela que inaugura a idade clássica (por volta dos meados do século XVII) e aquela que, no início do século XIX, marca o limiar de nossa modernidade” (1995, 12). Verificaremos, com efeito, que há dois grandes momentos de ruptura nos padrões de escuta da cultura ocidental, momentos em que o objeto privilegiado da escuta é inteiramente reconfigurado, assim como a própria lógica inerente aos seus respectivos dispositivos de produção, necessariamente determinados pela ênfase concedida seja à emissão, seja à captura dos sons.

O primeiro destes momentos é precisamente o século XVII: a ópera aparece então como um modelo de espetáculo audiovisual radicalmente inovador para o campo da escuta, pois implicava modificações profundas na forma como se concebia o acompanhamento harmônico do canto, exigindo a simplificação radical das complexidades harmônicas que caracterizavam o canto coral polifônico, frequentemente à capela, dos séculos XV e XVI (a música de Josquin des Prés e de Orlando Lassus, mas também ainda a música de um Palestrina ou de um Gesualdo) em prol de um acompanhamento instrumental, geralmente a cravo ou órgão, contínuo e discreto da melodia. Esta última passava, por sua vez, a ser composta homofonamente para canto solo, o que contribuía para a maior clareza de compreensão, pelo ouvinte, do texto entoado, uma preocupação comum aos reformadores da música e da religião nesta época.

As crescentes dificuldades enfrentadas pelos compositores da época para harmonizar as diferentes vozes e instrumentos de sopro e cordas com os

instrumentos de teclas que deveriam acompanhá-los levaram a uma modificação radical na própria concepção da idéia de harmonia. Até o século XVI a harmonia era concebida no âmbito da categoria da *'similitude'*¹⁰, respondendo por uma série de correspondências entre fenômenos que atualmente recortaríamos de forma inteiramente diferente¹¹ e situando a música mais como um ramo da metafísica do que como uma disciplina autônoma. A partir do século XVII, a reforma protestante da liturgia e a revolução da ópera barroca contribuem para uma reconfiguração total de sua função. A harmonia não será mais um dos signos imediatamente legíveis da ordem cósmica, devendo ser elaborada de acordo com regras exclusivamente musicais. Os tratados de harmonia aparecem, então, como o equivalente, no domínio dos sons, das gramáticas gerais de que nos fala Foucault¹²: articulam “o discurso dos sons”, para usar a feliz expressão de Nicholas Harnoncourt, constituindo-se ao mesmo tempo nas condições gerais de exposição das perspectivas sonoras e na própria *representação* destas condições no campo do audível. Para a arqueologia da escuta, *O Cravo Bem Temperado*, de J. S. Bach, está para o século XVII como o *Harmonices Mundi* de Johannes Kepler está para o século XVI: uma sutura continua a sustentar-se, epistemologicamente, sobre o campo das audibilidades, mas agora a sua determinação matemática não busca a correspondência exata entre as esferas infra e supra lunares, mas entre a ordem física das ondas sonoras (as leis da acústica) e a ordem musical que as representa como sistema de signos (as leis da harmonia).

Há também a importância cada vez maior que

10 FOUCAULT, Michel: *As Palavras e as Coisas*, Martins Fontes Editora, São Paulo, 1995, pp.33-41.

11 Como a razão intervalar supostamente precisa e proporcional que regeria as relações entre as sete notas musicais e as distâncias entre os sete planetas então conhecidos do sistema solar, por exemplo.

12 FOUCAULT, Michel. Op. Cit. p.107.

a música, entendida aqui como a ordenação tonal do campo das representações sonoras, atribuirá à voz como um objeto autônomo: portadora de um sentido linguístico extramusical, a voz era ao mesmo tempo um modelo e um problema para a música, desde o surgimento da ópera¹³. Com a já mencionada dissolução do sistema tonal clássico a partir de meados do século XIX, a voz desvinculha-se gradativamente de seus laços originais com a música e suscita uma nova linhagem de dispositivos de escuta destinados à sua captura.

O segundo momento historicamente importante para a arqueologia da escuta é a passagem do século XIX para o XX, mais precisamente os anos 1870/1930, marcados pelo desenvolvimento de uma série de dispositivos (que vão do telefone ao cinema sonoro, passando pelo gramofone e pelo alto-falante) de transdução do som que visavam, antes de qualquer outra coisa, à captura da voz como veículo de *significação*. Um sinal de áudio não precisa estar necessariamente inserido em uma ordem qualquer de representações, musicais ou extra-musicais; simplesmente deixa passar os elementos sonoros selecionados em função da transmissão ou do registro de uma mensagem qualquer, destacando o som de seu sentido.

Neste extrato histórico, a harmonia não é mais um objeto privilegiado da escuta, e a música não é mais capaz de costurar as visibilidades e os enunciados através do campo do audível. A dupla disjunção entre enunciados e audibilidades, entre o sentido de um som e as suas características especificamente sonoras - a parte do sinal e a parte do ruído, e entre estas e o campo do visível torna-se manifesta: a ópera de Wagner já se utilizava de um jogo cênico que contrapunha sons acusmáticos (i.e., sem causa ou fonte visualmente determináveis) de sua orquestra à visualidade teatral dos cantores.

Os novos dispositivos de escuta baseados na transdução do som permitirão a radicalização deste procedimento, desvinculando totalmente as vozes e os sons do contexto em se inscreviam originalmente.

Os primeiros anos do cinematógrafo assistirão assim a toda sorte de experiências que visavam ao reestabelecimento da conjunção entre as imagens e os sons, mas é apenas com o advento do cinema falado, nos anos 1930, que os campos do visível e do audível poderão voltar a se articular em enunciados de forma estável. A arqueologia da escuta deve demonstrar aqui como o cinema gradativamente substituiu a música, para a modernidade, em sua função de suturar a disjunção ente o enunciável e o visível através da voz.

A voz funciona no cinema como o objeto privilegiado da escuta: estranha à música, porque portadora de um sentido não redutível às suas características intrinsecamente sonoras, ela será considerada, a princípio, como estranha também ao cinema, pelos mesmos motivos. Mas isto não a impedirá de constituir-se como o objeto por excelência do cinema sonoro, substituindo a harmonia musical em sua costura sincrônica dos elementos visuais e sonoros de que se compõe o espetáculo cinematográfico. Assim, a consolidação das possibilidades de reprodução audiovisual do mundo realizou o sonho wagneriano de uma obra de arte total em que a voz, como ponto de junção entre o som, a cena e o texto, situa-se no fulcro do processo de significação e supera a dicotomia entre o som e a palavra que a caracterizava quando ainda se subordinava, na ópera, à demanda por uma representação objetiva do lugar ideal dos sons através da música.

Se a tensão não se estabelece mais no puro campo do audível, entre as palavras e a música, entre o texto e o som, transfere-se agora para o próprio campo em que se situa a investigação foucaultiana: o de uma fundamental disjunção entre os enunciados

13 A este respeito ver POIZAT, Michel: *Variations sur la Voix*, Anthropos, Paris, 1998.



e as visibilidades. Se as palavras e os sons, inclusive musicais, podem coexistir livremente no espaço-tempo do filme, remetendo-se umas as outras e as imagens que os acompanham, numa semiose sem fim, só o fazem graças ao desvelamento, possibilitado pelos novos dispositivos técnicos de escuta, desta irredutibilidade intransponível do imaginário (o sentido enunciado por imagens e sons) à superfície sensível das (audio)visibilidades. A modernidade reconstruiu imaginariamente a homologia entre as palavras e as coisas, através do cinema sonoro *falado*, da utilização da voz como um objeto de sutura entre enunciações e visibilidades: enquanto o cinema narrativo clássico dos anos 1930/40/50 permanecerá vinculado a este esquema, que se perpetua nos telefilmes atualmente produzidos, os “cinemas novos” dos anos 1950/60/70 explorarão precisamente as possibilidades oferecidas por esta disjunção:

O arquivo, o audiovisual, é disjuntivo. Assim, não é de espantar que os mais complexos exemplos da disjunção ver-falar se encontrem no cinema. Em Straub, em Syberberg, em Marguerite Duras, as vozes estão para um lado, como uma ‘história’ que já não tem lugar, e o visível está para o outro lado, como um lugar esvaziado que já não tem história (...) fala cega e visão muda. Foucault encontra-se singularmente próximo do cinema contemporâneo. (DELEUZE, 1986, 71-72).

Tal disjunção entre o ver e o falar permite-nos, enfim, escutar o som como um objeto. O objeto-som não representa, portanto, apenas a possibilidade técnica de fixar, transmitir e manipular um som, mas implica toda uma nova estética, um novo modo de escuta do qual o surgimento da música concreta e eletrônica no mesmo período em que se consolida o cinema sonoro é o testemunho mais eloquente, assinalando um terceiro e mais recente extrato em

nossa arqueologia.

A técnica e a estética do objeto-som determina os contornos deste objeto improvável de nossa contemporaneidade através de seus múltiplos desdobramentos: entre os modos de reprodução analógica ou digital do som, por um lado, e entre a música concreta modernista e a música eletrônica pop contemporânea e suas diversas conexões audiovisuais com a televisão e com o cinema em todas as suas vertentes : do cinema monofônico e voco-centrado (ora realista e conjuntivo, como em Hitchcock, ora modernista e disjuntivo, como em Godard) ao cinema estereofônico, baseado na engenharia hiper-realista de efeitos sonoros em relevo.

A estereofonia marca a passagem, no cinema, de um regime de escuta ainda baseado na voz para um regime de escuta baseado no som como objeto. A voz resiste tecnicamente a este processo, assim como, mais recentemente, ao de sua digitalização, mas, esteticamente, vê a sua importância diegética diminuída em função de uma gama cada vez mais expressiva de efeitos sonoros objetivamente explorados por suas características eminentemente *sônicas*. Em termos estéticos, tal mudança corresponde a passagem, efetuada em meados dos anos 1980, dos estilos modernistas e surrealistas dos anos 1960/70 (Bresson, Buñuel, Tati, Godard, Tarkovsky, Bergman...) de cinema sonoro, que sucederam ao naturalismo e ao realismo dos anos 1930/40 (Renoir, Ophuls...), ao estilo hiper-realista dos atuais filmes de Lynch e Tarantino. A novidade havia sido anunciada, é claro, nos filmes dos anos 1970 de Coppola e George Lucas, mais do que pelo neonaturalismo de Robert Altman¹⁴.

14 A este respeito, ver SCHREGGER, Charles: « Altman, Dolby, and the Second Sound Revolution » in *Film Sound - Theory and Practice* (Weiss, Elisabeth & Belton, John, orgs.) Columbia University Press, New York, 1985, pp.348-355, e também PAINE, Frank: « Sound Mixing and ‘Apocalypse Now’: an Interview with Walter Murch », idem, pp.356-360.

As inovações técnicas que contribuíram para a estereofonização do cinema constituem-se, portanto, em mais um índice das transformações por que passa o nosso regime atual de escuta. O caráter conjuntivo do objeto-voz como condutor da significação vem sendo suplantado pela simulação tridimensional de objetos-som os mais diversos, transformando inteiramente o audiovisual contemporâneo. Enquanto o cinema sonoro clássico narrativo dos anos 1930/80 era um dispositivo voltado para a produção de signos visuais e sonoros articulados monofonicamente em torno da voz como objeto, o cinema estereofônico atual caracteriza-se pela possibilidade de imersão do espectador na percepção de objetos audiovisualmente articulados não só a partir de conjunções sígnicas, mas também através da própria disjunção perceptiva que os constitui em seu relevo.

Entre o visível e o audível, o objeto-voz emerge dos cânones da representação musical ocidental para assumir uma função cada vez mais dominante como o centro perceptivo da significação audiovisual. A reprodução dos sons pelo dispositivo cinematográfico inscreve-se historicamente como o auge deste processo e como o início do seu declínio, pois entre a reprodução da voz e a simulação do som, o cinema sonoro contemporâneo mostra-se capaz de conjugar as possibilidades disjuntivas apresentadas pelo som como um objeto concreto, distinto da voz e da música, da fala e do silêncio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARPEAUX, Otto Maria: Uma Nova História da Música Ocidental. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1964.

CHION, Michel: Le Son. Paris: Éditions Nathan, 1998.

DELEUZE, Gilles: Foucault. Paris: Les Éditions de Minuit, 1986.

FOUCAULT, Michel: As Palavras e as Coisas. São Paulo: Martins Fontes Editora, 1995.

_____, Arqueologia do saber. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1972.

HARNONCOURT, Nicholas: O Diálogo Musical. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

JOURDAIN, Robert: Cérebro, Música e Êxtase, Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1998.

NIETZSCHE, Friedrich: O Nascimento da Tragédia. São Paulo: Editora Escala, 2007.

POIZAT, Michel: Variations sur la Voix. Paris: Anthropos, 1998.

SACKS, Oliver: Vendo Vozes - Uma Viagem ao Mundo dos Surdos. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1998.

SCHAEFFER, Pierre: Traité des Objets Musicaux. Paris: Éditions du Seuil, 1966.

SHAPIRO, Gary: Archaeologies of Vision - Foucault and Nietzsche on Seeing and Saying. Chicago: The University of Chicago Press, 2003.

WEISS, Elisabeth & BELTON, John (orgs.) Film Sound - Theory and Practice. New York: Columbia University Press, 1985.

Introdução à arqueologia da escuta - Do som e da voz como objetos de enunciação.

Ivan Capeller

Data do Envio: 25 de março de 2011.

Data do aceite: 18 de maio de 2011.





2

Sonoridades, música e mobilidade: um estudo sobre as novas práticas tecnológicas baseadas na espacialização e nos dispositivos móveis

Sounds, music and mobility: a study on new technological practices based on the spatial and mobile devices

Diego Brotas ¹

RESUMO Este artigo trata da formação de novas relações entre redes infocomunicacionais sem fio, dispositivos eletrônicos móveis, geolocalização e o espaço urbano, a fim de caracterizar e constatar distintas reapropriações sonoras e musicais localizadas. A partir deste quadro relacional, o estudo da comunicação e da cibercultura se volta para as interações dentro dos espaços urbanos, utilizados tanto com finalidades estéticas, quanto para produção e compartilhamento de informações. É proposta assim, uma tipologia de análise ancorada em referências teóricas que apontam para três modelos de apropriações dos lugares, sonoramente, por meio das mídias locativas: *Psicogeografias sonoras*, *Mapeamentos sonoros localizados* e *Compartilhamentos musicais em mobilidade*.

PALAVRAS-CHAVE Mobilidade; Interconexão; Sonoridades; Mídias Locativa; Espaço Urbano.

ABSTRACT This paper deals with the formation of new relationships between wireless networks, mobile devices, geolocation and urban space in order to characterize and verify distinct sound and musical located reappropriations. From this relational framework, the study of communication and cyberculture focuses on the interactions within urban areas, used both for aesthetic purposes, and for producing and sharing information. The proposal is therefore an analytical typology grounded in theoretical references that point to three models of sonically appropriation of places, through locative media: *Psychogeography of sounds*, *Locative sound mappings* and *Music shares in mobility*.

KEYWORDS Mobility; Interconnection; Sounds; Locative Media; Urban Space.

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia.

Introdução

Quais são os sons que se apreende dentro de uma cidade? O que a cidade te oferece sonoramente e musicalmente? Será que o espaço urbano se caracteriza por alguns tipos de sonoridade, ou até mesmo por uma música específica? Estas e outras mais questões podem parecer uma inquietação pessoal do autor, mas no fundo há um esboço para tentar problematizar as camadas sonoras de um lugar, mais especificamente dos espaços urbanos. Em primeira instância, há de se pensar e tentar formatar caracterizações a respeito do que os espaços urbanos, como um emissor de informações e idealizações pode representar dentro de um processo comunicacional e cultural.

O avanço das tecnologias móveis nos dias atuais, tem sido um grande propulsor de idealizações e mobilizações socio-infocomunicacionais. O surgimento de novas maneiras de se fazer a comunicação, atreladas diretamente à apropriação de tecnologias, vem sendo o grande responsável pelas mudanças de concepções e estéticas dentro do mundo da comunicação e da cultura.

Cada vez mais entramos na era da mobilidade e da conexão permanente, a partir dos diversos lugares nos quais há o deslocamento de pessoas e produção de sentido, transmitindo informações que podem ser veiculadas a partir destes próprios espaços (local). Como é o caso das redes Bluetooth e Wi-Fi, que são capazes de fazer a interconexão de informações dentro de uma determinada área compreendida em seu raio de alcance.

A partir da apropriação destes dispositivos móveis, artistas e pesquisadores começaram a visualizar formas de produzir conteúdo e informação, baseados na interação interpessoal e espacial, através de redes (comunicacionais) sem fio, dentro do espaço urbano. O “lugar” passa a se configurar não só pelas suas características

físicas, culturais, sociais, mas também por bancos de dados que emitem informações, captadas por tais dispositivos eletrônicos, específicos.

Entretanto, a interação através de redes sociais dentro da cibercultura, não é mais restrita apenas aos computadores e à internet, e sim pelas trocas de informações e arquivos, como os sonoros e de música, em espaços urbanos (locais), proporcionadas por novas apropriações tecnológicas baseadas em geolocalização (mídias locativas).

É a partir das características de mobilidade com apropriação tecnológica, que de acordo com Galloway (2006) surge o conceito de *mídia locativa*, descrito primeiramente por Karlis Kalnins como uma categoria de análise fundada em processamentos e produtos baseados em tecnologias relacionadas à geolocalização.

Entretanto, como lembra bem Santaella (2008, p.131), foi com Ben Russell, através do *Manifesto Headmap* (1999) que se formaram as idéias originárias das propostas locativas. Através deste texto, Russell apontou os primeiros debates sobre as implicações sociais e culturais do uso de dispositivos de localização.

Já em outro texto, *Transcultural Media Online Reader*, Russell (2004), desenvolve seu próprio conceito de mídia locativa, como um termo que engloba paralelamente diversas questões, perspectivas críticas e práticas.

Mídia Locativa significa muita coisa: Um novo lugar para discussões antigas sobre a relação da consciência para o local e para outra pessoa. Uma estrutura, na qual esta envolvida por um conjunto de dispositivos tecnológicos. Um contexto para explorar novos e velhos modelos de comunicação, comunidade e permuta. Um nome para uma forma ambígua



de uma rápida implantação de vigilância e controle da infra-estrutura. (RUSSELL, 2004)

Há ainda o conceito cunhado por André Lemos (2009), no qual se refere à mídia locativa como tecnologias e serviços baseados em geolocalização, cujos sistemas infocomunicacionais reagem ao contexto: “Ação comunicacional onde informações digitais são processadas por pessoas, objetos e lugares através de dispositivos eletrônicos, sensores e redes sem fio”.

Lemos, elucida ainda melhor sobre o que constitui as mídias locativas, descrevendo os dispositivos eletrônicos, sensores e redes:

As tecnologias baseadas em localização podem ser divididas em dispositivos (celulares, palms, netbooks, GPS e QR Codes), sensores (entre eles as etiquetas RFID) e redes (celular, Wi-Fi, Wi-Max, Bluetooth e GPS). Os serviços podem ser classificados em mapeamento, localização, redes sociais móveis, informação jornalística, games, turismo, realidade aumentada, publicidade, etc. (LEMONS, 2009 p.3)

Com as mídias locativas também, veio mais uma vez à tona novas maneiras de se criar e se relacionar com sons e música, a partir de novas estéticas para a produção e circulação de informações sonoras e musicais. Além da criação (produção) de conteúdo, as mídias locativas abriram espaço para um novo tipo de interação relacionada à música e aos sons, através de compartilhamentos informações, proporcionados pelos aparatos e redes tecnológicas, com mobilidade, em ruas, estradas, praças, metrô etc.

A comunicação mediada por computador via

internet deslocou os pontos de encontros físicos para os contextos espaciais virtuais. Com as redes de comunicação móveis baseadas em localizações ressurgem os pontos de encontro no espaço físico de um ambiente urbano. (SANTAELLA 2008, p.130 e 131)

Santaella (2008, p.131), ressalta outra importante idéia de Russell (1999), pois afirma que “com o mote de que a internet já estava começando a pingar nas coisas” o *Manifesto Headmap* alertava para o enriquecimento de nossa experiência espacial através do embaralhamento de camadas de informação (imagens, textos, sons) disponibilizado por dispositivos móveis e computação sem fio habilitados com GPS e alimentados por um intenso espírito comunitário.

Este pensamento de Russell (1999) reflete na grande diferença que os estudos das mídias locativas trazem à tona, pois não mais estão baseados, somente nas relações dentro do ciberespaço e sim dentro dos espaços públicos, híbridos, com mobilidade. É caracterizando estas novas relações com espacialização que Novak (1996), afirma que “não há dúvida que o urbanismo como nós conhecemos irá se alterar, pois nossas cidades se tornarão nossas interfaces dentro da internet”.

A partir da idéia de que a “internet está vazando no mundo real”, Russell (1999 p.13) afirma ainda que as pessoas encontram mais conhecimento fora do ciberespaço do que dentro e desenvolvem informações mais complexas, consolidadas através de relacionamentos em espaços exteriores.

Há ainda o conceito de *espaços intersticiais* cunhado por Santaella (2008, p.130), que caracteriza o espaço de interação e de fluxo de informações na era das mídias locativas:

[...] com ênfase não apenas nos fluxos de informação para dentro e para fora do espaço físico em conexões inconsúteis, mas também nas novas formas de socialização que aí emergem, em meus trabalhos (Santaella, 2007), tenho utilizado “espaços intersticiais” como uma metáfora capaz de caracterizar as múltiplas faces das mudanças mais recentes no mundo da comunicação e da cultura. (SANTAELLA 2008, p.131)

São estes espaços, caracterizados pelos autores supracitados, adicionados pelas mídias locativas e as redes, que abrem um campo de horizonte para novas configurações dentro do mundo da arte, mais especificamente das sonoridades e da música.

Projetos e estudos correlacionados

Para inicialmente contextualizar o processo de produção de informações baseados em dispositivos alicerçados em espacialização, cabe citar o conceito de Lemos (2009) sobre arte com mídias locativas:

[...]pode ser definida como processos artísticos que usam tecnologias e serviços baseados em localização. O objetivo é criar autoria no espaço público, vigilância, controle e monitoramento. Trata-se de processos artísticos que buscam soluções estéticas para a nova fase da internet das coisas, do ciberespaço pingando no mundo real (Russell, 1999). (LE MOS 2009, p.6)

Ainda a partir de Lemos (2009), pode-se apontar a diferença entre estes procedimentos artísticos fundamentados pelas mídias locativas e a arte eletrônica feita para o ciberespaço, pois são processos que se apropriam do espaço urbano,

de novas redes e de dispositivos eletrônicos. O foco passa a ser a interação com os locais, onde o “lugar ganha a dimensão de bancos de dados infocomunicacionais”.

Este artigo se ancora também na idéia de Lemos (2007, p.124), que relaciona a era tecnológica atual com funções pós-massivas. Este entendimento, de acordo com o autor, se dá por uma liberação no polo de emissão de informações, havendo um distanciamento das antigas funções massivas, caracterizadas pela centralização de informações e um controle editorial. Sendo assim, há uma aproximação deste pensamento com as mídias locativas, que representam justamente este novo poder informacional em mobilidade, podendo assim alavancar distintas maneiras e fluxos comunicacionais.

A cibercultura instaura assim uma estrutura midiática ímpar (com funções massivas e pós-massivas) na história da humanidade onde, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural. (Lemos, 2007, p.126)

Como representação da idéia central deste artigo, que tem como objetivo central traçar um paralelo entre as mídias locativas, espaços urbanos e sons, cabe aqui caracterizar e descrever 3 tipos de projetos desenvolvidos e caracterizados a partir de suas especificidades sonoras e suas apropriações das tecnologias móveis e dos lugares: Psicogeografias sonoras, Mapeamentos sonoros localizados e Compartilhamentos musicais em mobilidade



Psicogeografias sonoras

Parte-se aqui de uma aproximação da idéia de *psicogeografia* cunhada pelo pensador francês Guy Debord (1955), muito utilizada para estudos e definições geográficas e urbanísticas. De acordo com o autor, a cidade sempre produz efeitos exatos, conscientemente planejados ou não, que atuam diretamente sobre o comportamento afetivo dos indivíduos. A *psicogeografia* pode ser tratada como um método que deve ser diretamente relacionado ao ambiente urbano e tem como funcionalidade estudar e mapear os distintos comportamentos afetivos diante de uma determinada ação, como por exemplo, o caminhar por um espaço urbano.

A brusca mudança de ambiência numa rua, numa distância de poucos metros; a divisão patente de uma cidade em zonas de climas psíquicos definidos; a linha de maior declive – sem relação com o desnível – que devem seguir os passeios a esmo; o aspecto atraente ou repulsivo de certos lugares; tudo isso parece deixado de lado. Pelo menos, nunca é percebido como dependente de causas que podem ser esclarecidas por uma análise mais profunda, e das quais se pode tirar partido. As pessoas sabem que existem bairros tristes e bairros agradáveis. Mas estão em geral convencidos de que as ruas elegantes dão um sentimento de satisfação e que as ruas pobres são deprimentes, sem levar em conta nenhum outro fator (Guy Debord 1955, p.4)

A aproximação deste método geográfico (urbanista) com o objeto se dá por uma elucubração com objetivo de relacionar os comportamentos afetivos dos indivíduos com as sonoridades intrínsecas dos espaços urbanos. Mais precisamente um paralelo sobre o estudo da

psicogeografia relacionada aos sons e ao ambiente urbano, suportada por tecnologias e serviços baseados na geolocalização (mídias locativas).

A partir dessa idéia pode-se afirmar que cada especificidade de cada lugar tem diferentes relações com distintas sonoridades, na maioria das vezes sem serem percebidas. Como característica artística das mídias locativas, estes sons podem ser capturados, produzidos e compartilhados dos próprios locais onde ocorrem as ações. Como exemplos desta relação entre lugares, subjetivações e tecnologias pode-se citar e caracterizar os projetos *Sonic City*, *Burromobile* e o *soundFishing*.

O projeto *Sonic City* é um dos percussores do que Gaye et al (2007, p.11) caracterizam e conceituam como *Música Móvel*. De acordo com os autores, esta recente definição é uma nova área focada na interação sonora e musical em mobilidade usando tecnologia portátil. Entretanto vai além dos tocadores de música portáteis, pois inclui neste processo a produção, compartilhamento e edição de música em mobilidade.

O *Sonic City* representa uma realização artística de formatação de novas estéticas dentro da música atrelada ao desenvolvimento de novas tecnologias móveis. O seu sistema coleta informações sobre a interação do usuário do equipamento com as tecnologias (um laptop, um microfone, uma interface MIDI e diversos sensores) e com o espaço urbano. Como enfatiza Gaye e Holmquist (2007), este projeto foi desenvolvido para promover a criatividade própria na constituição sonora do dia-a-dia. Os autores afirmam ainda, que através do *Sonic City* uma simples caminhada se torna um dueto com o ambiente urbano e acontecimentos do cotidiano são transformados em eventos estéticos. Semelhante à psicogeografia de Debord.

Com o princípio básico de construção de sons a partir de deslocamentos, como identificados no

projeto *Sonic City*, foi desenvolvido no Brasil, pelo grupo carioca HAPAX, o projeto “Burromobile”. A partir deste projeto, que tem como aparato um carrinho de carga equipado com GPS (Sistema de Posicionamento Global), microfones, alto-falantes e um notebook, são produzidos sons no espaço urbano de acordo com seu deslocamento. O grupo formado pelos artistas Daniel Castanheira, Ericson Pires e Ricardo Cutz, caracterizam o projeto *Burromobile* como:

[...] programa – criado especialmente pelo grupo em parceria com o engenheiro cartógrafo Carlos Leonardo Pova - converte coordenadas de GPS (aparelho de localização via satélite) obtidas em andanças do grupo pela cidade em som e imagem por meio de suas interfaces: um celular usado pelo Hapax e um computador que fica no espaço expositivo. A idéia é criar uma cartografia visual e sonora. Os padrões gráficos e sons foram obtidos em regiões diferentes da cidade especialmente para a exposição. Em três bairros do Rio, por exemplo, mapearam quadras, ruas e praças com o formato das letras que compõem a palavra “Pode”. Cada movimento gerou uma interferência sonora e um vídeo-poema. (CUTZ, Disponível em: <http://hapax.com.br/>)

Um outro projeto que pode ser relacionado às especificidades das *psicogeografias sonoras* é o *soundFishing* (2008), apresentado por Claudio Lucio Midolo no *5º Workshop de Música Móvel em Viena*. Este projeto tem como objetivo a captura de sons, por meio de um laptop e um microfone, em diversos ambientes (avenidas, trens, caminhos diários) como se fosse um diário do cotidiano de uma determinada pessoa. De acordo como Midolo (2008) o propósito principal do projeto é dar importância

para as percepções de sons diários, que geralmente não prestamos muita atenção e a interface do *soundFishing* pode se tornar uma extensão da audição e da memória humana.

Podemos ligar este projeto especificamente a idéia de *computação ubíqua*, caracterizada por Mark Weiser (1991), que afirma que esta nova era tecnológica não só libera as pessoas dos grandes *desktops*, como privilegia o mundo físico e social que vivemos, através de uma nova percepção por meio de diversos computadores menores em volta dos objetos.

Mapeamentos sonoros localizados

Outra forma identificada entre os modos de produção informacional, acarretado pelas mídias locativas, relacionado aos sons, é a idéia de mapeamentos colaborativos sonoros. Como foram descritas anteriormente, as funções pós-massivas abriram um enorme leque de opções e variações de emissão, de conexões generalizadas e reconfigurações culturais, sendo uma delas a possibilidade de mapeamos de distintas informações pelos próprios usuários das tecnologias móveis e redes sem fio. A idéia de cartografia é repensada e pode ser apropriada diversos usuários, adotando distintos temas e não mais presos a uma cartografia oficial, produzidos por instituições.

Mapas representativos (miméticos) não dizem nada sobre os lugares, são “panoramas”, não fazem correlações e fixam apenas generalizações. Mapas digitais colaborativos abrem a perspectiva de cartografias “não-miméticas”, navegacionais, menos representativas de um contexto (espaço). Eles podem nos ajudar a problematizar questões relativas ao habitar entre as coisas construídas (lugares). (Lemos, 2007, p.127)



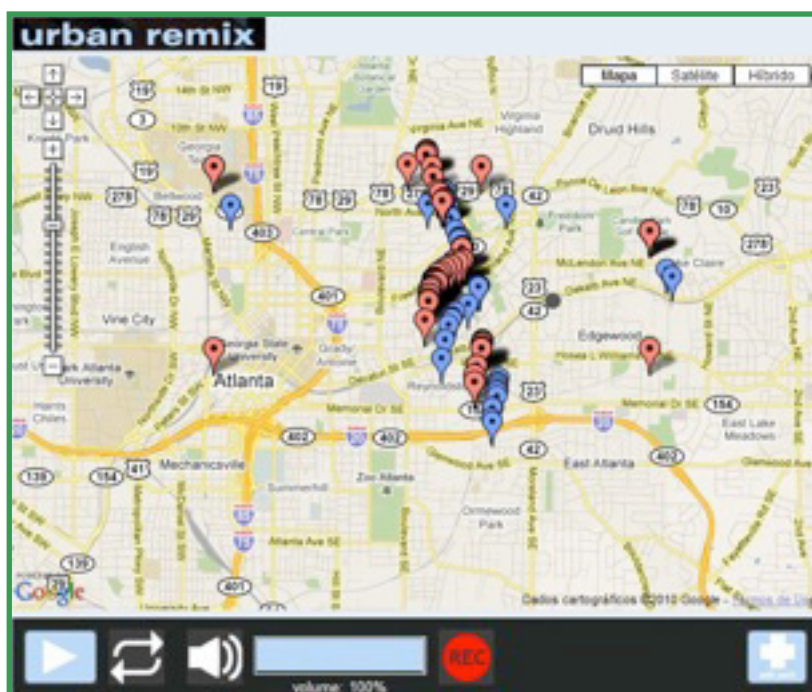
Para correlacionar e entender melhor como se dão as funcionalidades destes mapas colaborativos e os relacionar com o objeto deste artigo, identificou-se um projeto que se caracteriza pelas apropriações de funções pós-massivas, suportadas pelos dispositivos eletrônicos móveis: o *Urban Remix*.

O *Urban Remix* é um projeto que foi desenvolvido pelos professores Jason Freeman, Michael Nitsche e DiSalvo Carl, do Instituto de Tecnologia da Georgia, em Atlanta, nos EUA. A proposta é de projetar uma plataforma (aplicativo) e uma série de oficinas que possibilitam aos participantes, desenvolver e expressar a identidade sonora de suas comunidades, além de permitir que os usuários do seu *website* explorem e conheçam novas paisagens sonoras compostas dentro da própria cidade (Atlanta).

O *Urban Remix*, se insere dentro das caracterizações propostas, aqui, sobre mídias locativas, pois consiste em um aplicativo para telefones celulares (que possuem um sistema operacional compatível ao projeto) no qual pode ser baixado gratuitamente através do próprio site, e uma interface *web* para a gravação, navegação e mixagem de áudio. Ele permite aos usuários documentar e explorar sons públicos ou privados, negligenciados e nem sempre percebidos pela população. Os participantes dos *workshops* tornam-se produtores ativos de sons comuns a todos, em busca de sons intrínsecos aos lugares. Os sons coletados (ex: vozes, ruídos etc.) fornecem as trilhas originais para remixes musicais, que refletem a natureza sonora específica e sons identitários, sempre vinculados aos espaços urbanos.

Além destas funções específicas, os participantes através do aplicativo instalado em seu telefone

celular, posiciona o lugar de captação sonora em um mapa digital, através da geolocalização, mapeando os locais onde os sons são coletados. Como mostra a figura abaixo:



[Figura 1: pontos onde foram capturados os sons dentro da cidade de Atlanta]

De acordo com os criadores do projeto, este mapeamento sonoro pode ser explorado por meio de interfaces na *web*, como também dentro de cenários performáticos (os lugares). Fundindo, assim, os sons da cidade agrupados em uma cacofonia de locais e ruídos, não muito diferente de uma sinfonia de sons da cidade.

Em vez de “distrain” os cidadãos de seu ambiente físico, acreditamos que a mídia digital pode ser usada para re-conectá-los com seus espaços de habitação e ajudá-los a re-imaginar essas estruturas, tornando novamente um espaço em um lugar². (<http://urbanremix.gatech.edu/>)

² Em vez de “distrain” os cidadãos de seu ambiente físico, acreditamos que a mídia digital pode ser usada para re-conectá-los com seus espaços de habitação e ajudá-los a re-imaginar essas estruturas, tornando novamente um espaço em um lugar. (<http://urbanremix.gatech.edu/>)

Compartilhamentos musicais em mobilidade

Também associando as características e funcionalidades das mídias locativas, há uma apropriação tecnológica direcionada à trocas de arquivos e informações relacionadas à música, em mobilidade. Esta parte do artigo se volta para a análise e descrições de projetos tecnológicos que relacionam a produção de sentidos, musicalmente, dentro do espaço urbano.

Este foco de estudo também pode ser identificado dentro do conceito de *Música Móvel* que é o do compartilhamento de arquivos de músicas através das mídias locativas. Como afirma Gaye e Holmquist (2007), a mobilidade estimula as pessoas a reconsiderar as opiniões sobre a interação musical, justamente por se tratar de acontecimentos dentro dos espaços urbanos.

Como forma de interação e compartilhamento de músicas pode-se citar diversos projetos criados para colocar em prática o sentido básico e primordial das mídias locativas, que é a apropriação de tecnologias em espaços urbanos para produção de novos sentidos infocomunicacionais. Entre eles vale citar os projetos: *tunA*, *bluetunA*, *Sound Pryer*, *Push!Music* e *Undersound*.

O *tunA*, de acordo com seus criadores Baumann, Bassoli, Jung e Wisniowski (2007), foi o sistema pioneiro no campo da tecnologia da *Música Móvel*, pois combina aspectos de compartilhamento de música em movimento. Ele é um aplicativo desenvolvido para PDAs (Personal Digital Assistants), que conectado pelo sistema Wi-Fi permite a troca de arquivos de música com a pessoa que está próxima, portando a mesma tecnologia. Já o *bluetunA*, desenvolvido pelos mesmo criadores do *tunA*, tem como foco principal a interação interpessoal através dos telefones celulares conectados pelo sistema Bluetooth. Entretanto não

há a possibilidade de compartilhamento de arquivos e sim a de troca de informações sobre os artistas musicais favoritos.

Através do *blutunA* as pessoas podem selecionar uma lista de artistas favoritos ou músicas e ver quem na proximidade compartilha estes gostos musicais, ou eles podem procurar alguém a sua volta que selecionou um artista específico e checar quais outras preferências relacionadas a música essa pessoa tem. (Baumann, et al., 2007)

Através desta caracterização do *bluetunA* pode-se reforçar e identificar a idéia de Russel (1999), de que a internet está vazando para o mundo real, pois se identifica neste sistema, criado para telefones celulares, o que Rheingold (1996) já havia caracterizado como BBS (Bulletin Board Systems), as atuais comunidades virtuais mediadas por computadores.

Através de uma BBS pode organizar-se um movimento, dirigir-se uma empresa, coordenar-se uma campanha política, procura-se público para os devaneios artísticos, políticos e religiosos e reunir-se com almas gêmeas para discutir assuntos de interesse comum (RHEINGOLD 1996, p.167)

São as relações mediadas por computadores migrando para o espaço urbano, fruto do aparecimento dos novos dispositivos das mídias locativas.

Como outros exemplos de projeto usando mídias locativas para compartilhamento de músicas, pode-se caracterizar ainda o *Sound Pryer*, sistema desenvolvido para PDAs que permite a troca de músicas pelos carros em rodovias, o *Push!Music*,



um programa elaborado para telefones celulares que permite a troca direta de músicas no espaço urbano e o *undersound*, um aplicativo para celulares que proporciona compartilhamento de músicas dentro do metrô de Londres, Inglaterra.

Há ainda um fascinante projeto que inclui um tipo de interação com o espaço bem curioso e complexo. É o *Real-Time Synaesthetic Sonification of Traveling Landscapes*, criado pelos austríacos Tim Pohle e Peter Knees, cuja proposta central é transformar imagens filmadas por um telefone celular ou pela webcam de um laptop em viagens de trem, em música. De acordo com Pohle e Knees (2007) o arquivo capturado pela câmera é mostrado em uma série de *frames* (imagens) e pixels. A composição da música é feita através da identificação das cores compostas nas imagens na escala RGB e pelo número de pixels total constituintes. É um exemplo claro da apropriação de dispositivos tecnológicos e do espaço para constituição de novas estéticas no mundo da música.

Considerações finais

Através das mídias locativas, o lugar e a produção de informação com mobilidade se tornam extremamente importantes para os processos comunicacionais, pois proporcionam novas visões e novas práticas baseadas na espacialização, com o intuito de produzir distintos discursos, transparecer informações específicas e evidenciar narrativas relacionadas aos lugares constituídos socialmente.

É a partir deste prisma, de novas concepções e novas experiências de espacialização, que se faz necessário este estudo sobre a inter-relação entre mídias locativas, música e sonoridades. Por meio destas redes de tecnologias móveis e seus dispositivos eletrônicos, surge um grande espaço para se aplicar o estudo de novas visões e técnicas relacionadas às novas apropriações de sonoridades.

Um novo horizonte pode ser observado através delas: o da espacialização. Os lugares passam a serem repensados, tanto como emissores de informações sonoras, quanto como espaços de fluxo e compartilhamentos de dados musicais, o que implica em distintas apropriações de acordo com as especificidades locativas.

Os exemplos citados neste artigo demonstram distintas maneiras de criar e recriar sentidos, tantos sonoros quanto musicais, através de uma relação complexa entre usuários, redes, arquiteturas, dispositivos e outros diversos atores envolvidos neste processo. Mudando, assim, a maneira de se conceber as subjetivações e relações dentro de espaços urbanos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AXELSSON, Fredrik; ÖSTERGREN, Mattias. SoundPryer: Joint Music Listening on the Road. Adjunct proceedings of UbiComp'02, Suécia, 2002. Disponível em http://www.tii.se/mobility/Files/soundpryer_poster_final.pdf.

BASSOLI, Arianna; MOORE, Julian; AGAMANOLIS, Stephan. tunA: Synchronised Music-Sharing on Handheld Devices. In: Adjunct proceedings of UbiComp'04, Nottingham, UK (2004). Disponível em <http://web.media.mit.edu/~stefan/hc/publications/Bassoli04TunaUBICOMP.pdf>

BASSOLI, Arianna. et al. BluetunA: Let Your Neighbour Know What Music You Like. San Jose, California, EUA, 2007. Disponível em: <http://www.karmanet-design.com/baumann-bassoli-bluetuna-CHI-interactivity06.pdf>.

_____, Arianna. et al. Undersound and the Above Ground. In: anais do 5º Workshop Internacional de Música Móvel, Viena, Austria, 2008. Disponível em <http://MMW2008.dieangewandte.at/>.

BEHRENDT, Frauke. et al. Mobile Music Technology: Report on an Emerging Community. In: anais do 3º Workshop Internacional de Música Móvel, Brighton, Inglaterra, 2006. Disponível em: <http://www.csl.sony.fr/downloads/papers/2006/gaye-06a.pdf>.

BELL, Genevieve; DOURISH, Paul. Yesterday's tomorrows: notes on ubiquitous computing's dominant vision. In: Personal and Ubiquitous Computing, no. 11, pp. 133–143, 2007.

BURD, Gene. The mediated metropolis as medium and message. In: The International Communication Gazette, 2008.

CHARITOS, Dimitris. Spatialising the Internet: New Types of Hybrid Mobile Communication Environments and their Impact on Spatial Design within the Urban Context. In: Proceeding of eCAADe, 160-167, 2006.

DIAMANTAKI, Katerina, et al. Towards Investigating the Social Dimensions of Using Locative Media Within the Urban Context. In: Proceedings of Intelligent Environments, 2007.

DEBORD, Guy. Introdução a uma crítica da geografia urbana. Disponível em <http://www.rizoma.net/interna.php?id=143&secao=anarquitectura> 1955.

FOGLIA, Efraín. (2008): Redes paralelas y cartografías detectoras: prácticas sociales y artísticas con medios locativos. In: Artnodes, n. 8, UOC, Barcelona, 2006. Disponível em <http://www.uoc.edu/artnodes/8/dt/esp/locative-media.html>.

GALLOWAY, Anne. A Brief History of the Future of Urban Computing and Locative Media. Ottawa: Carleton University, 2008. Disponível em: http://www.purselipsquarejaw.org/papers/Galloway_Dissertation_Intro_Draft.pdf.

_____, Anne. Resonances and everyday Life: Ubiquitous computing and the city. Disponível em: http://www.purselipsquarejaw.org/mobile/cult_studies_draft.pdf, 2003.

_____, Anne; WARD, Matt. Locative Media as Spatializing Practice: Learning From Archaeology. Leonardo Electronic Almanac, MIT Press, 2005. Disponível em http://www.purselipsquarejaw.org/papers/galloway_ward_draft.pdf.

GAYE, Lalya; HOLMQUIST, Lars Erik. Performing Sonic City: Situated Creativity in Mobile Music Making. Leonardo Electronic Almanac, 2006. Disponível em: http://leoalmanac.org/journal/Vol_14/lea_v14_n03-04/lgaye.asp

_____, Lalya; HOLMQUIST, Lars Erik. Duet with Everyday Urban Settings: A User Study of Sonic City. NIME, Hamamatsu, Japão, 2004. Disponível em: http://www.suac.net/NIME/NIME04/paper/NIME04_3C02.pdf

_____, Lalya; MAZÉ, Ramia; HOLMQUIST, Lars Erik. Sonic City: The Urban Environment as a Musical Interface. In Proceedings of NIME, Montréal, Canada, 2003. Disponível em: http://www.music.mcgill.ca/musictech/nime/onlineproceedings/Papers/NIME03_Gaye.pdf.

HAKANSSON, Maria. Playing with context: Explicit and Implicit Interaction in Mobile Media Applications. Universidade de Estocolmo, 2009. Disponível em: <http://su.diva-portal.org/smash/record.jsf?searchId=1&pid=diva2:200314>.

_____, Maria. et al. Push!Music: Intelligent Music Sharing on Mobile Devices. Adjunct In: Proceedings of UbiComp 2005, Tóquio, Japão. Disponível em http://www.sics.se/fal/publications/2005/Jacobsson_final_version_ubicomp05.pdf.

_____, Maria. Push!Music: Mobile Music Sharing with Media Agents. In: Abril, 2006, Montreal, Canada. Disponível em: http://www.sics.se/fal/publications/2005/Jacobsson_final_version_ubicomp05.pdf.

LEMOS, André. Artes com mídias locativas. Enciclopédia Itaú Cultural Arte e Tecnologia, 2009. Disponível em: <http://www.cibercultura.org.br/tikiwiki/tiki-index.php?page=locative+media+art>

_____. Locative Media in Brazil. In: Journal of Mobile Media, Montreal, 2009. Disponível em: <http://wi.hexagram.ca/?p=60>.



_____. Mídias Locativas e Territórios Informacionais. In Santaella, L., Arantes, P. (ed), Estéticas Tecnológicas. Novos Modos de Sentir., SP: EDUC., pp. 207-230. 2007

RHEINGOLD, Howard. Smart Mobs: The Next Social Revolution. Toronto: HarperCollin, 2002.

RUSSELL, Ben. Headmap manifesto. 1999. Disponível em: <http://technoccult.net/headmap/>.

SANTAELLA, Lucia. A ecologia pluralista das mídias locativas. In: Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 37. 2008

_____. A Estética Política das Mídias Locativas. Nômadias, 2008. Disponível em: <http://www.ucentral.edu.co/NOMADAS/nunme-ante/26-30/28/12 A%20ESTETICA%20LUCIA.pdf>

WEISER, Mark. The computer for the 21st century. Scientific American Ubicomp Paper, 1991. Disponível em: <http://nano.xerox.com/hypertext/weiser/SciAmDraft3.html>.

WEISER, Mark. The world is not a desktop. ACM Interactions, 1993. Disponível em: <http://www.ubiq.com/hypertext/weiser/ACMInteractions2.html>.

Sonoridades, música e mobilidade: Um estudo sobre as novas práticas tecnológicas baseadas na espacialização e nos dispositivos móveis
Diego Brotas

Data do Envio: 29 de março de 2011.
Data do aceite: 19 de maio de 2011.



3

Schizophonia digital: explorações da condição da música na cibercultura

Digital Schizophony: exploring the condition of music in the ciberculture

Rafael Dupim Souza¹

RESUMO O artigo investiga manifestações que colocam a música como expressão central para compreender a gramática das redes digitais como um processo inacabado, em constante negociação. A partir de histórias de desvio e imbricações entre condições materiais, projetos industriais, usos cotidianos e artísticos das mídias, busca-se lançar luz à algumas questões que têm transformado a produção, circulação e consumo musical e, de certa forma, o nosso entendimento das tecnologias. Sem se ater a alguma escola ou tradição específica, o texto por vezes se vale de uma linguagem ensaística, propondo relações entre conceitos e expressões culturais diversas, a partir de referências teóricas heterogêneas.

PALAVRAS-CHAVE música; materialidade; cibercultura.

ABSTRACT The paper investigates a variety of manifestations that place music in a central position to understand the process of constant negotiation of media grammar. The goal is to raise questions about the transformations on the music production-circulation-consumption and also on our understanding of media. The paper is based on histories of deviation and overlapping in between materialities, industrial projects, artistic experimentations and day-to-day appropriation. Without following any specific school of thought, the paper is based on a variety of authors and has sometimes a essay approach, proposing relations in between theory notions and cultural expressions

KEYWORDS music; materiality; ciberculture.

¹ Mestrando do PPGCOM/UFF na linha de pesquisa Tecnologias da Comunicação e Informação. Desenvolve estudo sobre a música na cibercultura com apoio da Capes e orientação da professora doutora Simone Pereira de Sá.



A fora os lançamentos periódicos de álbuns “mais aguardados do ano”, estão ficando comuns no noticiário do show business musical as apostas em novas estratégias de ação no mercado. Entre faixas gratuitas para download, celulares personalizados, conteúdo exclusivo para cadastrados em blog e pen drives em forma de guitarra, chama atenção a crescente disponibilização dos canais de áudio das canções separadamente.

Em 2004, David Byrne, Beastie Boys², Gilberto Gil e outros aceitaram convite da revista californiana *Wired* para participar de um projeto nessa linha. Uma rede chamada CCmixter.org, ainda ativa, foi desenvolvida para receber as criações desses artistas. Em seguida, eram promovidos concursos de remix entre os usuários da plataforma. As melhores mixagens renderam um álbum, que foi distribuído junto com a revista.

Delá pra cá, diversas bandas com reconhecimento internacional como R.E.M., os franceses do Phonenix e o Nine Inch Nails (NIN) lançaram álbuns “abertos” ao público. Os últimos foram além e disponibilizaram o código fonte, no caso, o arquivo do projeto original, para ser aberto em softwares populares como *Garage Band*³. Com isso, foram inauguradas várias comunidades de remixers apenas do material de Trent Raznor (único integrante oficial do NIN). No Brasil, a banda Skank lançou há alguns dias a plataforma skankplay.com com vídeos dos músicos tocando separadamente. Qualquer interessado pode mandar seu vídeo também, criando uma rede de *jam sessions* virtuais entre músicos e fãs.

Tais fatos apontam para a convergência da música *pop* massiva à linguagem das redes de

computadores. A indústria fonográfica passa a disponibilizar plataformas e conteúdos autorizados à recombinação, buscando recuperar algum controle sobre práticas amplamente difundidas no ciberespaço. As estratégias do mercado indicam a urgência de uma nova posição da indústria na cultura *remix*⁴. Os toca-discos *technics* têm superado a venda de guitarras *stratocaster*, o que indica uma nova configuração do imaginário jovem, onde o *Guitar Hero* cede espaço ao Dj do *hip hop* e da eletrônica. Como aponta Simone Sá, o contexto atual anuncia uma passagem importante da história da reprodução sonora:

Esta noção – comercialmente traduzida como interatividade - pode ser pensada como o novo fetiche da escuta musical, que se sobrepõe ao fetiche anterior da high fidelity. Ou seja: se no primeiro momento da história da reprodução sonora, o desafio das máquinas de audição era o de uma certa definição sonora que fosse convincentemente comparável à fonte original; a demanda para nossos artefatos de escuta é o de permitirem todo o tipo de intervenção do usuário no sentido não só de customizar suas escolhas – acondicionando suas músicas favoritas no celular; escolhendo o *ringtone*; mas de produzir o seu próprio acervo sonoro através de bricolagens sonoras que podem combinar de maneira inusitada produções pessoais e sons pré-existentes (SÁ, 2006b:16).

Nesse sentido, podemos pensar a interatividade como um aspecto comercial de um fenômeno de maior dimensão, que é a cultura participativa,

2 Em 1989, os Beastie Boys haviam gravado um álbum com 105 *samples* de clássicos do *rock*, *rap* e *pop*.

3 *Garage Band* é um programa de edição de áudio pré-instalado nos computadores Machintosh.

4 Os autores André Lemos (LEMOS, 2002) e Lev Manovich (MANOVICH, 2001) usam o termo cultura *remix*, como forma de apontar para a centralidade da criação recombinante nas redes sócio-técnicas.

fortemente potencializada pela comunicação todos-todos das mídias pós-massivas. Sendo assim, tais práticas dizem respeito, em última instância, à compreensão e articulação com a própria gramática das redes digitais.

Como ensinava McLuhan (1964), uma nova tecnologia cria condições para o surgimento de um novo ambiente, que altera de maneira significativa as formas de percepção e entendimento, ou seja, a racionalidade e a sensorialidade de seu tempo. Partindo desse princípio, não pretendemos apenas tomar como natural certas manifestações da música contemporânea. Buscaremos inserir aspectos da atualidade dentro de uma história das relações entre expressões e materialidades, levando em conta as apropriações criativas dos aparatos técnicos.

Schizophonia digital

O compositor e musicólogo Murray Schaffer deu o nome de *schizophonia* à separação do som de sua origem no tempo e espaço. Para ele, essa condição trazida pelos aparelhos de reprodução sonora alteraram profundamente a relação do homem com o ambiente sonoro.

De maneira geral, a investigação sônica de Schaffer trata da relação entre os *soundsapes* (paisagens sonoras) e a condição da sociedade que as produz. Segundo o autor,

(...) o ambiente acústico geral de uma sociedade pode ser lido como um indicador das condições sociais que o produzem e nos conta muita coisa a respeito das tendências e da evolução dessa sociedade. (Schaffer, 2001: 23)

Tomando os ambientes sonoros como indicadores sociais Schaffer propõe um ambicioso projeto de "afinação do mundo". A partir do pressuposto de

que a harmonia das paisagens sonoras só é possível com a construção de sociedades de mesmo modo harmônicas.

O objetivo deste artigo não é discutir a validade da política sonora de Schaffer. Com finalidade bem mais modesta, toma-se emprestado o conceito de *schizophonia* para dar conta de transformações específicas ao campo da música em sua articulação com as tecnologias digitais e, dessa forma, inserir tais situações na história das tecnologias de gravação, reprodução e emissão de sons.

Música em camadas: o papel do produtor

Uma descrição clara das transformações que os meios de gravação trouxeram para a criação musical consta no livro de Mark Katz, *Capturing Sound: How technology has changed music* (KATZ, 2004). Descrevendo sessões de gravação dos anos 20, o autor conta como o címbalo - instrumento de cordas de origem judaica - foi perdendo espaço nos grupos de música *Klezmer*, comuns àquele tempo, justamente por seu baixo rendimento diante dos precários sistemas de captação da época. Já o clarinete mostrava grande eficiência, o que certamente contribuiu para sua posição de destaque nos primeiros registros do jazz.

Naquele tempo, as gravações eram tomadas de uma só vez, com todos os integrantes da banda dividindo o mesmo espaço acústico. O aprimoramento das técnicas de estúdio levou ao desenvolvimento de microfones específicos para cada grupo de instrumentos (percussão, sopro, cordas). Foi o prenúncio das gravações em multipista, que permitiu a organização da música por camadas sonoras, gravadas separadamente. Assim, cada instrumento passou a ter sua sessão de gravação particular. Tornou-se comum gravar a bateria a partir de um som guia, e em sequência o baixo, as guitarras base, vozes, solos e etc.



Sob esse regime produtivo, a figura do produtor ganha novas facetas. Além dos produtores que cuidam de carreiras, dos produtores que reúnem novas bandas e lançam artistas desconhecidos, aparece o produtor responsável pelas gravações em estúdio. São espécies de novos maestros, responsáveis pela coordenação do trabalho de cada músico, pela gerência das sessões de gravação e pelo formato final de cada faixa.

Anedotas do mundo *pop* ilustram bem a nova situação. É comum lermos sobre parceiros de banda que não se olham nos olhos há anos, mas gravam álbuns juntos. Mediados pelo estúdio e unidos pelo produtor, os músicos passam a trocar material sonoro sem a dimensão do contato corporal, nem do compartilhamento do tempo e espaço. Uma dinâmica bem diferente da prática musical em rituais ou *jam sessions*, onde as interações se dão de forma simultânea.

Essa situação se intensifica com as tecnologias digitais. Atualmente, *softwares* de produção musical permitem que um computador comum opere 128 pistas de áudio simultaneamente, equalizando cada uma delas de forma separada ou em conjunto. Com a abundância de material sonoro disponível, nunca foi tão fácil reunir em uma única faixa, sons das mais diversas fontes, distantes no tempo e no espaço. O registro sonoro se converte em matéria prima virtual de *DJs* e produtores caseiros. Estes se empenham na circulação de material sonoro e, ao mesmo tempo, ficam à espreita de fragmentos aqui e ali, que podem ser atualizados em novas composições.

Da partitura ao *remix*

Com a partitura, o repertório da música erudita foi eternizado. A partir das coordenadas da escrita musical, sinfonias de séculos passados podem ser ouvidas. Porém, a cada concerto exige-se um imenso trabalho de reconstituição para se aproximar

do som original. A atualização da expressão de um compositor está sempre sujeita à virtuosidade da performance, à qualidade da sala de concerto e à semelhança do timbre dos instrumentos. Daí o valor único de um violino *Stradivarius*, que preservou em sua matéria a sonoridade de outros tempos.

Já a música gravada reproduz desde os ecos de um estúdio em particular até os suspiros e grunhidos de um cantor, o que torna possível a reprodução infinita de uma performance única. Assim, abrem-se possibilidades criativas a partir de uma lógica inversa à do concerto. Diante da certeza de reproduções sempre idênticas à matriz, o artista investiga as possíveis variações da cópia. Para isso, explora novas intervenções sonoras e novos contextos de reprodução para um mesmo registro.

A montagem é a instrução básica dessa forma de criação, produzindo situações impensáveis para o autor original. Foi dessa forma que a música *pop* promoveu, por exemplo, antológicas parcerias póstumas, como o dueto de Nathalie e Nat King Cole. Na música *Unforgettable*, o intervalo de 30 anos, que separa as interpretações de pai e filha, é comprimido no tempo de uma mesma canção.

Na era digital essa forma de imprevisibilidade da criação musical toma proporções bem mais intensas. Assim que publicada, a obra escapa ao alcance de autores e editores. Transformada em informação digital, a criação está sujeita à reaproveitamentos e *remixagens* de toda ordem.

Fita magnética e *mash-ups*

A fita magnética foi a tecnologia que possibilitou a gravação multipista e abriu outra série de possibilidades criativas ao som gravado. A história do seu surgimento é contada com o estilo particular de Friederich Kittler, no capítulo dedicado às mídias sonoras de seu livro *Gramophone, Film, Typewriter* (KITTLER, 1999), ainda sem tradução para o

português. Afetado pela paisagem germânica, ainda hoje marcada por *vans*, motocicletas, rádios e bases aéreas do tempo da guerra, Kittler salta dos laboratórios e campos de batalha à indústria do entretenimento, investigando suas imbricações.

Para ele, o entretenimento veio a dar nova finalidade ao grande aparato industrial montado em função da guerra e tornado ocioso pelo seu fim. Filho de socialistas que atravessaram o muro, Kittler permaneceu alheio à maio de 1968 e manifestações da juventude esquerdista europeia, encontrando no *rock'n roll* a grande expressão criativa de sua geração. O autor apresenta Beatles, Pink Floyd e Hendrix como pioneiros, que transformaram sucata bélica em instrumentos de criação sonora.

A metamorfose dos campos de batalha para a cultura massiva é relatada a partir de experiências como a reconfiguração dos *headphones* de pilotos como dispositivo de escuta musical ou das ondas VHF dos serviços de informação como espectro de transmissão de música estéreo. Em alguns momentos, o autor sugere que instruções militares ainda permanecem no programa dos aparelhos. Como no caso do rádio, cuja função seria eliminar os vácuos de liderança, entre militares e civis. É dessa forma que a fita magnética aparece em sua história, apresentada como mais uma resignificação de aparelhos com finalidades mórbidas em instrumentos de criação sonora.

Como conta, o *Magnetophone* foi um dispositivo desenvolvido para facilitar a troca de informações do campo de batalha. A fita magnética se prestava a qualquer situação, enquanto os discos necessitavam de condições ideais para gravação e reprodução, devido à instabilidade da agulha. Não demorou muito para que outra propriedade desse suporte se apresentasse: a possibilidade de manipulação. Cortar, colar, acelerar e apagar são, até os dias de hoje, as operações fundamentais para a edição e

montagem do som.

Durante a guerra, essas manipulações permitiram um eficiente serviço de contra-informação. Os aliados desenvolveram um sistema de assinatura por voz das mensagens telegrafadas por seus espões. Quando alguns deles foram capturados pelos alemães, foram obrigado a manter sua rotina de envio de informações. No entanto, suas vozes eram primeiro gravadas em fita, para depois serem editadas, filtrando sinais de alerta ou alterando seus sentidos.

Tempos depois, os *cut-ups* do poeta William Burroughs se valiam dos mesmos recursos para embaralhar os discursos do Controle. Na mesma perspectiva, é possível arriscar que hoje os *mash-ups* atuam em sentido semelhante. A mistura inusitada de categorias rígidas de gênero massivos, em certo sentido, desestabilizam os sistemas de informação. Ao embaralhar as fronteiras entre comunidades de gosto e apostar no hibridismo, os *mashups* confundem os sistemas que tomam as preferências musicais como informação de perfis de consumo.

A circulação de arquivos nas redes digitais

No tempo dos computadores *Commodore Amiga*, nos idos de 1990, a internet era uma experiência circunscrita a laboratórios acadêmicos e militares. O monitor de vídeo era preto e branco e costumava exibir somente códigos de programação. Não existiam saídas para caixa de som e muito menos as bandejas de CD-Rom. O som dos computadores pessoais vinha dos ruídos do HD e das placas de áudio AD-Lib, que emitiam barulhinhos semelhantes aos dos primeiros celulares analógicos.

Os *Commodore Amiga* suportavam *games* no estilo *Atari*, que representavam o estado da arte em interfaces digitais gráfico-sonoras. E foi com essa ferramenta, precária aos olhos atuais, que grupos



de aficionados inauguraram a música *Module*, ou *Mod music*, o primeiro ancestral das redes de *remix* atuais.

Os *moders* eram entusiastas e programadores independentes de diversos lugares, que passaram a hackear *games* para modificar suas trilhas sonoras. Essas trilhas eram geradas pela linguagem Midi, que consiste na execução de determinados timbres e simulações de instrumentos a partir de pequenos códigos de programação, os *applets*. Nesses códigos existem instruções de compasso, tom, duração e batidas por minuto.

Para compartilhar suas versões de clássicos da música, composições autorais e novas programações de timbre para as placas Ad-Lib, os *moders* passaram a articular comunidades através dos *Buletin Board Systems* (BBS). Pelas conexões em BBS, era possível trocar dados por linhas de telefone e *modems* com velocidades entre 3.600 e 14.400 *bytes* por segundo. Quanto mais simples fossem os *applets*, mais seriam capazes de vencer as limitações do tráfego de dados daquele período. Por essa forma de comunicação todos-todos, aconteceram as primeiras transmissões musicais pós-massivas.

Mas, assim como as canções de 3 minutos foram pensadas a partir das limitações de capacidade dos discos e terminaram cristalizadas como formato musical, as experiências dos *Mods* anteciparam formas que estruturam a circulação de música na *internet*. Uma dessas é a obra aberta à manipulação. Como se circulavam os códigos e não a música em si, todos os *mods* podiam ter suas coordenadas reprogramadas. A possibilidade de apropriação e partilha foi muito mais importante para a troca de *mods* que a beleza das composições.

Outra forma cristalizada compreende uma constante da gramática das redes digitais: a razão entre a quantidade de informação (tamanho do

arquivo) e seu potencial de circulação. O MP3 permanece testando essa regra. Ainda que a largura das bandas de transmissão tenha aumentado, não parece provável que arquivos WAV (com mais qualidade, porém maiores) tomem o lugar dos MP3. Na verdade, junto com o aumento da capacidade de transmissão, aumentou a circulação de arquivos MP3.

A ferramenta *twitter* explora com perspicácia o poder da síntese de informação na era digital. Apostando no limite de 140 caracteres, o volume de informação trafegando como *twitt* supera o de plataformas que apostam na transmissão ilimitada de dados em qualquer formato. A capacidade de transmitir informação de forma veloz facilita a emissão ponto a ponto. Ao invés de apostar em grandes vias de informação, o material sintetizado se adapta à circulação pelas pequenas vias construídas pelos laços sociais no ciberespaço. A troca intensa alimenta uma forma produtiva distribuída, onde cada ponto é um emissor e receptor. Tal lógica pós massiva alimenta o trabalho de *dee jays* e *desginers*. Oscilando na fronteira entre amadores e profissionais, muitos atuam a partir de suas redes, consumindo compulsivamente o farto material circulante, ao qual, vez ou outra, acrescentam suas contribuições.

Remediação e experimentação

Em *Remediation: understanding new media* (BOLTER & GRUSIN, 2000), os autores exploram as contaminações e misturas entre linguagens de diferentes meios. Tais interações e influências recíprocas acompanham a história das tecnologias de comunicação, evidenciando um processo sempre dinâmico de descoberta de possibilidades e exploração de linguagens que envolve indústria, artistas e usuários.

Uma das funções da remediação é suavizar o

impacto do surgimento de uma nova tecnologia, evitando rupturas de sentido radicais, que possam levar à incompreensão de suas finalidade. A história do fonógrafo representa bem a incompreensão que uma nova tecnologia pode trazer. Diante de sua nova invenção, Edison foi incapaz de percebê-la como máquina de tocar música e, contaminado pela ideia de comunicação via cartas, só foi capaz de enxergar o cilindro de cera como, entre outras coisas, uma correspondência falada.

O processo de consolidação das finalidades do fonógrafo dependeu de uma interação contínua entre indústria, público e arte. O projeto moderno de escuta burguesa (STERNE, 2003) condicionou um modelo de escuta calcado nos ambientes privados e no fetiche da alta fidelidade. Foi preciso algumas décadas e um novo ambiente midiático para que um jovem experimentasse o *scratch* e transformasse os obsoletos toca-discos em inovadores instrumentos musicais.

As interfaces têm papel central nas negociações de linguagens e formas de entendimento da gramática dos meios. São elas que apresentam as possibilidades de uma máquina, cujas operações físicas são invisíveis. Lâmina, cola, botões *fast forward*, *rewind*, ferramentas do estúdio em fita magnética, orientam o usuário no uso dos *softwares*, ajudando-o a compreender o digital a partir do que ele já conhecia sobre a tecnologia analógica.

Na mesma direção, o nome *Garage Band* compara o novo home studio às garagens, símbolo dos rockeiros intependentes da década de 1990⁵. Não deixa de ser sintomático que o estúdio amador tenha subido as escadas da garagem e se isolado no quarto. Vizinhos e companheiros de banda estão dando lugar em muitos casos, à parcerias virtuais e desterritorializadas.

Para compreender as tecnologias atuais, é fundamental nos atermos às suas interfaces. São elas que apresentam as possibilidades de uso de uma tecnologia. Contudo, nesse processo, terminam por esconder outras virtualidades. É nesse sentido que remediações muito intensas podem reduzir a real capacidade de uma tecnologia. Um exemplo banal é a estranheza das operações de “desfazer” de alguns *softwares* ainda em uso. Para eliminar um efeito aplicado em parte da música, é preciso voltar linearmente, desfazendo tudo o que foi feito depois de acrescentado o efeito. Isso tudo apesar do acesso à memória digital, diferentemente da fita, não ser linear. Certamente, essas interfaces se ocuparam de simular tão fielmente uma antiga tecnologia, que se esqueceram das vantagens da nova.

Se em algum momento os aparelhos digitais foram mais precários que os analógicos, hoje, a equiparação e por vezes a superação de qualidade investem esses objetos de um imaginário de capacidade total. Sem aceitar as sugestões publicitárias de uma possibilidade criativa ilimitada dos artefatos atuais, surgem iniciativas que problematizam essa questão. O grupo Sonic City, por exemplo, pesquisa interfaces biométricas, que controlam a geração de sons a partir de batimentos cardíacos e coordenadas de deslocamento geográfico. Assim, dão ênfase à influência dos ambientes externos e dos corpos, que foram perdendo importância na música feita pelo computador. Já as práticas de *circuit bending* eliminam as interfaces gráficas e abrem os aparelhos, extraindo novos sons diretamente da reestruturação dos *transistors* e *microchips*. Dessa forma, mantém viva a experimentação direta com os circuitos eletrônicos, sem se conformar apenas com a ideia de um grande estúdio analógico disponível em computadores caseiros.

⁵ Kurt Cobain, do grupo Nirvana, costumava sugerir que o nome *Grunge* surgiu como um redutivo de *Garage Music*.



Mediação e Ruído

Em outro livro, menos comentado, *Windows and Mirrors: Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency* (BOLTER & GROMALA, 2003) Bolter e outro parceiro apresentam explorações artísticas que quebram a naturalidade da imersão em metáforas de interfaces. O autor opõe à noção de transparência do meio, a noção de opacidade. Com esse conceito, chama atenção para necessidade de olharmos também ‘para’ as máquinas, e não somente ‘através’ delas.

Não é a toa que a exploração do ruído é um dos recursos expressivos fundamentais da música gravada. A provocação consciente de um ruído visa revelar o próprio modo de funcionamento dos aparelhos. É no instante em que eles falham que a transparência de suas operações é posta em cheque. Futuristas e concretistas trouxeram ruídos e sons urbanos para as composições musicais. Dessa forma, problematizavam o modelo de escuta burguês, idealizado no som *Hi-Fi* e nos ambientes acústicos isolados do barulho externo.

No *techno*, gênero em relação direta com os computadores pessoais, a redundância é o ruído fundamental. Isso porquê cada música digital é constituída de uma compilação de diversos pacotes de informação separados. As compressões de arquivo, como o MP3, têm entre suas operações a função de eliminar as redundâncias entre os pacotes. A falha do computador está justamente na impossibilidade de se ler o CD arranhado ou o MP3 corrompido. O efeito dessa falha é que o computador volta a ler o pacote anterior, engasgando em um *looping* infinito.

Se considerarmos que os *home studios* produzem uma constante expansão do acervo de dados sonoros e que a *internet* induz sua circulação incessante, a redundância representa justamente a operação contrária. A repetição do mesmo pacote

de dados é a contra-produção de sua expansão.

Assim como já mostravam os futuristas, o defeito, o mal funcionamento tem a capacidade de nos revelar muito do modo de operação dos aparelhos. Na música *Piku*, os Chemical Brothers demonstram a consciência de suas criações ao usarem o *looping* de CD arranhado como batida, misturando sons de chiado, *hiss* de fitas magnéticas e interferências de circuitos eletrônicos na composição.

Considerações finais

Diz-se que caso Johann Sebastian Bach tivesse nascido no mundo atual faria composições para *microchips* e não para cravos. A frase sugere que o artista cria pela relação com os instrumentos de seu tempo. Desde a Grécia antiga, a música esteve diretamente relacionada às disciplinas de física e matemática, sendo um terreno de experimentação e aplicação dos avanços científicos.

Observando um guitarrista do século XX, percebemos alguém que precisa lidar não somente com um instrumento de corda, mas com uma infinidade de botões, amplificadores, pedais, etc. Esse artefatos que passam a rodear os músicos modernos têm sua articulação máxima com os grandes concertos de *rock*, em que toneladas de equipamentos são operados, em última instância, por apenas alguns músicos. Talvez por isso, Keith Richards tenha dito que conseguir encaixar o *hit Satisfaction*, ainda lhe dá sensação parecida à de decolar um avião.

O músico, portanto, esteve desde sempre em constante relação com os aparelhos, buscando entendê-los e modificá-los e sendo modificado por eles. Assim como os grandes aparatos industriais têm dado lugar aos sistemas distribuídos, as grandes concentrações de energia dos concertos de *rock* não são mais a novidade, e sim, as formas da música nas redes sócio-técnicas, nos clubes locais,

nos laboratórios digitais e nos *home studios*, enfim, em pequenos espaços espalhados pelo globo e interligados pelas redes de informação.

No entanto, não é possível olhar para essas novas manifestações como substitutos da música massiva. A função das trocas de material sonoro nas redes, muitas vezes, corresponde a outras práticas musicais. A intensa mediação tecnológica passa a se infiltrar também nessas instâncias, expandindo seus modos de funcionamento pelas relações cotidianas. Promover encontros ou compartilhar paixões também são motivações que levam amadores a se engajar em redes. Assim, apesar dessas forças criativas serem potenciais fontes de expressão cultural e de captação de talentos, devem ser levadas em conta outras dimensões que não somente uma racionalidade produtiva

Em comentário sobre uma experiência artística de *network arts*, a autora Cláudia Giannetti aponta que

a dificuldade enfrentada pelo projeto de *network* não foi causada pelos problemas técnicos, mas pela falta de consciência, (...) da necessidade fundamental (...) de abandonar os individualismos e apostar numa criação partilhada. O problema estava, conseqüentemente, na aceitação de que a meta não era conseguir um produto real final, mas que a obra era a própria intercomunicação (GIANNETTI, 2006: 89).

Como demonstra o relato, as redes digitais ainda estão encobertas de incompreensão. No entanto, experimentações e usos que multidões de pessoas fazem da rede começam a descortinar novos caminhos. Por isso, é fundamental a pesquisa atenta as transformações estéticas e culturais.

A música parece indicar caminhos para

essas transformações. Quanto a debates atuais e urgentes, como a reforma das leis de direitos autorais, a gravadora Magnatune.com e o portal CCMixer.com, por exemplo, apresentam modelos de negócios baseados em *Creative Commons* e redes abertas, tão criativos quanto lucrativos. Por isso, parece fundamental compreender os artifícios que constituem a gramática dos meios para obter melhor proveito de suas capacidades.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU G. Ermilo. Canek y otras historias indias. Buenos Aires: López Negri, 1953.

BOLTER, Jay David & GRUSIN, R. Remediation: Understanding New Media. Massachusetts: MIT Press, 2000.

_____, Jay David & GROMALA, Diane. Windows and Mirrors: Interaction, Design, Digital Art and the Myth of Transparency. Cambridge: The MIT Press, 2003.

GIANNETTI, Cláudia. Estética Digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.

KATZ, Mark. Capturing Sound: How technology has changed music. Berkeley. University of California Press, 2004.

KITTLER, Friederich. Gramophone, Film, Typewriter. Stanford, CA: Stanford Press, 1999.

LEMOS, A., Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre, Sulina, 2002.

GIBSON, William. Neuromancer. São Paulo: Aleph, 2003.

MCLUHAN, Marshall. Understanding media: the extensions of man. New York: The New American Library, 1964.

MANOVICH, Lev. The Language of New Media. MIT Press, 2001.

SÁ, Simone Pereira. A música na era de suas tecnologias de reprodução. In: XV Encontro da COMPÓS. Anais, Bauru: UNESP, 2006b.

STERNE, Jonathan. The audible past. Cultural origins of sound reproduction. Durham and London, UK: Duke University Press, Durham and London, UK, 2003.

SCHAFER, R. Murray. A afinação do mundo. São Paulo: Unesp, 2001.

WINTRHROP-YOUNG, G. & GANE, N. Friedrich Kittler: An introduction. Theory, Culture & Society, 23, 5-16,

2006.

ZIELINSKI, Siegfried. Arqueologia da mídia. Em busca do tempo remoto das técnicas do ver e ouvir. São Paulo: Annablume, 2006.

Schizophonia digital:
explorações da condição da música na cibercultura
Rafael Dupim Souza

Data do Envio: 30 de março de 2011.
Data do aceite: 19 de maio de 2011.



4

O Admirável mundo da tecnologia musical¹: Do fonógrafo ao MP3, a funcionalidade do gênero para a comunicação da música

The Wonderful World of Music Technology: From the phonograph to the MP3, the genre functionality for the communication of music

Nadja Vladi²

RESUMO A música possui um dos mais importantes papéis no ambiente da cultura popular massiva. Entretanto, para compreender as ressignificações da música popular massiva³, precisamos estar atentos às transformações tecnológicas fundamentais para a produção, circulação e consumo musical. Não enxergamos a tecnologia musical como um elemento dissociado dos formatos culturais e das sensibilidades que geram práticas sociais distintas na forma como escutamos e produzimos música. Neste artigo, tratamos a tecnologia, não como determinante para a criação e escuta musical, mas como um elemento discursivo no processo de distribuir e consumir música na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE Novas tecnologias, gêneros, produção, circulação e consumo musical, música popular massiva.

ABSTRACT The music has one of the most important roles in the environment of mass popular culture. However to understand the massive reinterpretation of popular music have to be aware that the technological key to the production and circulation and consumption of music. We do not see technology as a musical element coupled formats and cultural sensitivities of different social practices that generate in the way we listen and produce music, but this paper addresses the technology, not as crucial for creating and listening to music, but as a discursive element in the process of distributing and consuming music nowadays.

KEYWORDS New technologies, genres, production, circulation and consumption of music, popular music massive.

1 Este artigo é parte da minha tese de doutorado, em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA.

2 Doutora em comunicação e cultura pela UFBA e editora da revista *Muito do Jornal A Tarde*.

3 Segundo Janotti, "música popular massiva é uma ambientação midiática atrelada a gêneros e sub-gêneros que reproduzem, em menor escala, o modelo de atribuição de valores ligado às práticas (de produção, rotulação, circulação e consumo) musicais. A expressão música popular massiva parece abarcar as diferentes formas de expressões musicais, desde as especificidades da música eletrônica e do rock até manifestações de consumo amplo, como a música axé e a música "romântica" brasileira". (JANOTTI, 2008, p. 3).



Música 2.0

Em 1999, um universitário norte-americano de 19 anos, Shawn Fanning, desenvolveu um software que permitia a troca de arquivos de música entre seus usuários batizado com o nome de Napster. O surgimento do site de compartilhamento mudou a história da indústria musical e fez de Shawn uma figura-chave destes novos tempos. O Napster começou a ter problemas seis meses após, com a falta de pagamento por direitos autorais. No mesmo ano, a Recording Industry Association of America (RIAA) exigiu US 100 mil por quebra de direitos autorais. Em fevereiro de 2000, a banda de rock norte-americana Metallica e as grandes gravadoras também resolveram processar o *site* pelos mesmos motivos. Em 2001, o Napster foi fechado, mas a indústria da música já tinha mudado para sempre e a possibilidade de disponibilizar canções na internet apontava para uma renovação nos hábitos de escuta e das relações de consumo entre artistas, audiência e indústria fonográfica, mediadas por computadores, telefones móveis e mp3 players. A velha história do início do século XXI que abre este artigo é para que possamos pensar como as transformações que acontecem na música estão diretamente relacionadas às mudanças tecnológicas e às apropriações sociais dessas tecnologias e como isto afeta os aspectos no entorno do processo comunicacional da música. Neste artigo, vamos dialogar sobre a indissociável relação entre tecnologia e música popular dos séculos XX e XXI, ferramenta fundamental para experimentar, criar e consumir música.

Após o fechamento do Napster ocorreu um boom de trocas de arquivos na internet, com o surgimento de variadas plataformas de consumo online como Kazaa, Limewire e redes sociais como MySpace⁴

4 Criada em 2003, MySpace é uma rede social com perfis de usuários para o compartilhamento de fotos, publicação de blogs. O site tornou-se popular por sua possibilidade de hospedar e compartilhar músicas em formato MP3.

e Last.fm⁵, colocando um ponto final no modelo centrado no lucro das grandes gravadoras (as *majors*) com os fonogramas e a venda de produtos editoriais. Em 2003, a banda de *indie rock* britânica Arctic Monkeys fez os seus primeiros concertos e gravou os seus primeiros CDs *demos*. Comunidades de fãs colocaram suas músicas na web e criaram um perfil da banda no MySpace. As canções do grupo ficam conhecidas e o Arctic Monkeys torna-se o primeiro fenômeno musical da internet. A banda se afirma neste novo contexto cultural cuja tendência é a interferência direta dos fãs e dos artistas na distribuição e circulação da música e na possibilidade de popularidade que a internet oferece a partir do compartilhamento de arquivos em MP3⁶. A Arctic é o primeiro bem-sucedido exemplo deste novo modelo e deste tipo de consumo cultural e se tornou símbolo desta engrenagem dentro da indústria da música. Após o sucesso na internet com *singles* e *demos*, eles lançam, em 2006, o álbum físico *Whatever People Say I Am, What I'm Not*, pela gravadora independente inglesa Domino Records. Embalados pelos fãs internautas e pela curiosidade gerada através da web, *Whatever...* se tornou o álbum de estreia com as vendas mais rápidas da história da música britânica, o que mostra que, mesmo com as profundas transformações no consumo musical, nada parece afetar a permanência do formato álbum⁷. O Arctic Monkeys adapta-se ao novo modelo de consumo musical e se apropria desta prática para reconfigurar a relação com o público e com as

5 Site criado em 2002 que tem a função de rádio online. Uma das principais plataformas sociais de música que agrega uma comunidade virtual que troca informações a partir do gosto musical de cada usuário. (Wikipédia.com.br).

6 O mp3 (MPEG-1/2 Audio Layer 3) é um tipo de compressão de áudio. As perdas são quase imperceptíveis para o ouvido humano. A taxa de compressão pode chegar a até 320 kbps.

7 A ideia de álbum remete ao conjunto das canções, da parte gráfica, das letras, da ficha técnica e dos agradecimentos lançados por um determinado intérprete com um título, uma espécie de obra fonográfica. (JANOTTI, 2009, p. 2).

grandes gravadoras.

O termo sociedade em rede, de Manuel Castells (1999), nos ajuda a entender estas transformações da sociedade contemporânea – definida por ele como centrada no conhecimento, em um ambiente dominado pelas tecnologias da informação. É exatamente este novo paradigma tecnológico que faz com que uma informação possa circular de forma globalizada com rapidez e eficiência. Os jovens músicos britânicos têm a seu favor ter sido o primeiro grupo a construir uma base numerosa de fãs através do boca a boca virtual, isso sem ter nenhuma música executada em rádio ou contrato com gravadora. Esta vantagem, advinda das tecnologias da informação, tem um papel decisivo na carreira da Arctic Monkeys. O primeiro álbum alcançou recordes de venda: 120 mil cópias no Reino Unido, só no primeiro dia, e a primeira semana foi fechada como 363.735 cópias. Esse novo cenário não enfraquece os artistas, ao contrário, impulsiona e difunde o surgimento de novas bandas com mais poder sobre a produção, distribuição e comercialização dos seus produtos. As tecnologias e seus diferentes usos funcionam para novas experiências de consumo da música popular massiva.

O ambiente da música 2.0⁸ alavancou a carreira do grupo britânico que se tornou popular e com reconhecimento pela crítica musical. Para a revista britânica especializada em *indie rock* *New Musical Express*, o álbum foi o quinto melhor da década. A banda recebeu o Prêmio Mercury de melhor disco britânico em setembro de 2006 e ganhou os prêmios Brit de melhor grupo e melhor álbum britânicos, em fevereiro de 2007. O vocalista da banda, Alex Turner, é considerado pela crítica o verdadeiro “poeta-

8 O termo *web 2.0* é usado para denominar um contexto comunicacional na internet, no qual o conteúdo é também produzido pelos usuários. No caso da música, refere-se aos usos que os músicos e outros internautas fazem da música, das ferramentas da web e da possibilidade de trocas de conteúdo e informações.

cronista da geração pós-dance-music”. O álbum, cheio de referências pop, consegue prosseguir a trajetória reiniciada pelos americanos da banda The Strokes, de colocar o rock de volta às pistas de dança. O Arctic Monkeys apresenta uma nova perspectiva para produzir e circular música de forma mais fácil e mais barata, entretanto, também nos interessa pensar os efeitos que estas alterações tecnológicas vão ter no processo de comunicação dos gêneros musicais.

Fenômeno similar ao do Arctic Monkeys, mas em proporções menores, aconteceu no Brasil quando, em outubro de 2007, a cantora brasileira Mallu Magalhães começou a divulgar suas músicas pela internet utilizando a mesma rede social do Arctic Monkeys, o *MySpace*. Ela disponibilizou inicialmente quatro canções e atraiu 1,9 milhão de visitas. Sua estreia no palco foi no clube paulistano *Clash*, quando abriu um show da banda Vanguard, do Mato Grosso. O jornalista musical Lúcio Ribeiro, especializado em *indie rock*, estava na plateia e comentou sobre a cantora no seu *blog*, o *Pop Load*. A partir daí, os acessos à sua página só amplificaram até chegar às mídias tradicionais, como jornais e revistas. Como as regras do jogo mudaram, Mallu Magalhães não aceitou ofertas de nenhuma das grandes gravadoras. A cantora preferiu gravar seu primeiro disco, lançado em novembro de 2008, com o dinheiro conseguido da canção *J1* para o comercial da operadora de telefones móveis Vivo. O álbum de Mallu é independente, saiu pelo selo Agência de Música, e a obra foi veiculada primeiramente em sites na internet e, só depois, somente depois o disco⁹ chegou às lojas. Desta forma, as faixas foram negociadas inicialmente no *site* www.vivo.com.br.

9 Para Trotta (...) há ainda um certo status comercial em torno do suporte disco, tanto sob o ponto de vista do público, que aguarda o lançamento de novas canções a cada CD, quanto das próprias rádios, que utilizam o suporte gravado para veicular as canções da banda. (TROTТА, 2008, p. 5).



com.br/mallumagalhaes, vendendo cada uma por R\$ 1,99. As músicas também foram disponibilizadas em aparelhos de telefones celulares, lançados com o álbum dentro do cartão de memória.

O argumento usado por Janotti mostra que a internet mudou a forma como consumimos música, o modelo do negócio, mas musicalmente Malu Magalhães segue aos padrões tradicionais das canções e do álbum. Para ele, o que se pode falar é de uma:

(...) ruptura em torno dos processos de distribuição e circulação da música, mas essa ruptura não se reflete, necessariamente, no formato cultural canção. Nesse sentido, sua produção musical é bem tradicional, com a adoção das conhecidas partes da canção, como estrofe e refrão. (JANOTTI, 2009, p.5)

Os gêneros musicais são classificados por sonoridade, temáticas, elementos imaginários, clichês harmônicos e melódicos e elementos intrínsecos como faixa etária, estilo de vida, julgamento de valor e identidades. Musicalmente, Mallu Magalhães faz o que a imprensa tem chamado de folk-rock (uma mistura de *folk* com o *rock*). Para produzir o álbum, foi chamado Mario Caldato Jr. que trabalhou com Marcelo D2, Beastie Boys, Jonh Lee Hooker, Beck e Björk. O produtor optou por gravar o álbum com uma mesa de som dos anos 1960/1970 em apenas 16 canais e usando rolos de fitas analógicas. A preferência por equipamentos analógicos tem o sentido que Caldato queria: dá ao álbum uma sonoridade similar à de produções fonográficas daquelas décadas, particularmente similar aos Beatles e Pink Floyd. Caldato traz para Mallu Magalhães uma sensibilidade *vintage* e permite aos ouvintes reconhecerem a forma tradicional das canções de Mallu. Tanto Arctic

Monkeys como Mallu Magalhães fizeram sucesso na internet, mas lançaram álbum posteriormente, reforçando essa ideia de uma cultura *vintage*, a ideia de obra e também um trabalho com densidade artística, uma música não cooptada, valores caros ao *indie rock*. Estas estratégias funcionam como filtros utilizados para caracterizar o processo de comunicação de um gênero musical. A circulação para uma determinada audiência (mais individualizada e menos massiva), canções com uma sonoridade antiga (ligada ao *rock* inicial como *folk-rock*), questões como autonomia em relação ao trabalho artístico, o uso de novas tecnologias que barateiam os custos, a ideia de obra musical são valores fundamentais para artistas que querem se comunicar com a etiqueta *indie rock*, porque estes são valores que o gênero não descarta, ele se apropria para determinar suas competências. Não se quer aqui negar a influência destas tecnologias para outros gêneros, mas entender que são valores fortemente vinculados à forma comunicacional do *indie rock*.

Mallu assume em diversos momentos o *indie rock* como o seu gênero pela forma como circula a sua música, como agenda seus shows, como busca uma autonomia artística, como trabalha com instrumentos que buscam uma sonoridade dos anos 1960, a recorrência ao *folk-rock*, e como gerencia sua carreira sem fechar com uma grande gravadora. Desde quando ganharam as guitarras, os integrantes da Arctic Monkeys construíram estratégias que fazem com que também se comuniquem como *indie rock*, fazendo pequenos concertos, gravações de CDs demo, perfil no *MySpace*, disponibilização de faixas no iTunes Store. Quando Janotti constata que “o gênero musical é definido então por elementos textuais, sociológicos e ideológicos” (JANOTTI, 2006, p.6), podemos levar em consideração que não basta ao gênero uma classificação de ritmo,

melodia e harmonia, mas a circulação e a forma como esta música é produzida são aspectos que dão sentido e valor às canções.

No ambiente da internet, novos modelos de produzir e circular música vão sendo testados em uma relação cada vez mais direta entre produtores e consumidores, muitas vezes impulsionando o surgimento de estilos musicais, mas, principalmente outras formas de criação musical e diferentes hábitos de escuta. O uso de aparelhos celulares para o consumo musical, por exemplo, é uma fatia cada vez mais crescente do mercado musical e bastante importante para que possamos entender em qual ambiente uma artista como Mallu Magalhães é formatada. Simone Pereira de Sá antecipa em 2006 o que é cada vez mais comum em 2010:

(...) os *mobile phones* servirão não só para convocarem os amigos para festa, mas também para, acoplados a caixas mais potentes, tocarem a música da festa". (SÁ, 2006, p.122).

Com o Iphone¹⁰ é possível ter uma biblioteca de música digital e realmente acoplar em caixas de som e fazer a festa. O que trazemos com os exemplos de artistas como Mallu Magalhães e Arctic Monkeys neste artigo é uma percepção de como as transformações tecnológicas apontam para novas práticas auditivas que modificam a forma como criamos e consumimos música, mesmo mantendo uma permanência de formatos culturais (álbum, canção), como observa Janotti (2009). O caso do Arctic Monkeys e Mallu Magalhães nos ajuda a refletir sobre os caminhos complexos, mas indissociáveis, que ligam tecnologia, artistas e

consumo cultural¹¹.

Os formatos e a música

Os formatos, suportes, instrumentos e softwares são fundamentais para as transformações da música popular massiva. Herschmann tem razão quando afirma que:

Os formatos ou suportes são temas significativos para a música popular e proporcionam dados importantes aos pesquisadores que querem estudar a história dos ciclos de mercado, mudanças no gosto dos clientes e novas oportunidades que surgem para os músicos com as mudanças. Os formatos exerceram influência, afetando significativamente a indústria da música (...) e a cultura da música". (HERSCHMAN, 2007, p. 72).

Quando, em 1877, Tomas Edison fez a primeira demonstração com um fonógrafo, aparelho que gravava e reproduzia sons, a história da música começou a mudar rapidamente com novos produtos no mercado dentro da lógica de uma cultura popular massiva. "Sem ele (o fonógrafo), o século XX do tango, do *ragtime* e do *jazz* teria tido um ritmo diferente" (MCLUHAN, 1964, p. 309). O fonógrafo possibilitava escutar música em casa de forma solitária, não limitando a escuta a espaços coletivos. Apesar de todas as suas facilidades, ainda tinha uma série de limitações técnicas para um consumo massivo (DE MARCHI, 2005). Entretanto, é ele que primeiramente facilita a difusão da música em

11(...)ultrapassando a razão econômica, entende-se o consumo como um sistema coletivo e público de representações, através do qual estabelecem-se relações sociais e alianças. Desta forma, o consumo pode ser pensado como um permanente sistema de comunicação e prestígio da vida social, permitindo a construção de ordens de classificação, hierarquias e grupos de identidade.(Douglas elsherwood; 2006; Barbosa e Campbell; 2006; Rocha e Barros; 2003)". (SÁ, 2009, p. 7).

10 Iphone é um *smartphone* (telefone com programas abertos) que foi criado pela Apple e reúne funções do ipod, câmera digital, internet e mensagens de texto.



larga escala e é fundamental para o surgimento da indústria fonográfica. O fonógrafo de Edison gravava e reproduzia sons, em cilindros, Berliner aperfeiçoou a técnica fazendo o mesmo com discos, ao criar em 1888, o gramofone. Juntos, fonógrafo e gramofone, possibilitaram uma reprodução massiva dos produtos musicais e o desenvolvimento da indústria fonográfica, iniciando uma série de mudanças que influenciaram diretamente os gostos dos ouvintes e a forma de se fazer e consumir música, porque “os rumos da produção fonográfica vão estar sempre em estreita sintonia com suas necessidades de reprodução técnica” (DIAS TOSTA, 2000, p. 41).

Com o surgimento do fonógrafo e do gramofone, uma sequência de mudanças tecnológicas foi se acumulando e transformando o consumo da música durante todo o século. Marchi observa que:

Com a invenção do disco de face dupla (com gravações nos dois lados), nas primeiras décadas do século XX, a indústria fonográfica organizou-se na forma como hoje se encontra – uma indústria de entretenimento massivo para consumo individualizado e preferencialmente para o lar. (DE MARCHI, 2005, p.8)

O surgimento do formato de 78 r.p.m, em 1920, permitia reproduções em grandes quantidades. A utilização do microsulco estendeu para 30 minutos a duração das gravações. O formato da canção popular massiva¹² está também ligado a estas inovações já que, tanto os cilindros como os discos, limitavam o tempo da gravação em torno de

12 É importante esclarecer que o formato canção é anterior às indústrias culturais e foi apropriado pela cultura popular massiva e pela cultura midiática. A canção da qual falamos acima é uma combinação de ritmo, melodia e letra (TATIT), um formato que perdura e atravessa os mais diferentes gêneros da música popular massiva, com exceção para os gêneros música eletrônica.

três a quatro minutos, formato que perdura até o século XXI. Em 1948, a Columbia desenvolveu o LP (long Player) de 33 r.p.m e a RCA, o disco de vinil de 47 r.p.m. Cada formato tinha uma utilização, o LP para a música clássica, o 45 para rádios, vitrolas automáticas e varejo (SHUKER, 1998; DE MARCHI, 2005). A perspectiva de gravar e armazenar sons que podem ser reproduzidos em aparelhos como o gramofone e o fonógrafo revolucionam a escuta musical com impacto em gêneros musicais como o jazz que passa a ser consumido em larga escala mundial. As invenções da fita-cassete, em 1963, e do walkman da Sony, em 1979, mudam o hábito de escuta musical e a música passa a ter um consumo móvel (DE MARCHI, 2005) e permite que a audiência tenha controle sobre o que escuta. Cilindros, discos, fitas magnéticas e, posteriormente, o uso das tecnologias digitais, CD, mp3, criam um contexto que permite uma redução considerável nos custos da gravação e da distribuição da música, o que tornou viável para artistas como Arctic Monkeys e Mallu Magalhães disponibilizarem seu conteúdo, independente de grandes gravadoras, e proporem um novo modelo de consumo musical.

Em 1997, aparece o formato mp3, que permite uma importante redução de tamanho de arquivos de áudio e possibilita a transmissão da música por internet e uma escuta mais “distraída” dos sons. Para Sterne (2010), o mp3 vai trazer uma nova experiência de escuta musical, diferente dos CDs, fitas e LPs, porque ele trabalha dentro das limitações acústicas do ouvido humano e é um formato de áudio, na maior parte das vezes, para ser ouvido com headfones e em ambientes barulhentos. Segundo ele, “o mp3 é um formato projetado para escuta casual, troca e acumulação massiva”. (STERNE, 2010, p. 85). Este artigo não se propõe a uma leitura estética do uso do mp3, mas as colocações de Sterne fortalecem nossa ideia de como as pessoas dão seus usos

às tecnologias repensando a música. No caso do mp3, consumindo uma forma de escuta em que muitos sons são suprimidos, sem que isso afete o prazer da escuta. Uma reportagem da revista Rolling Stone de abril de 2008, *O fim da alta fidelidade*, chamava atenção para as mudanças nas técnicas de gravação provocadas pelo uso massivo do mp3 pelas audiências.

Para criar um mp3, o computador copia a música de um CD e a comprime em um arquivo menor, excluindo a informação musical que o ouvido humano tem menos probabilidade de perceber. Muita informação eliminada está nos extremos do espectro, por isso o mp3 parece não ter nuances. O produtor Rob Cavallo diz que os mp3s não reproduzem bem a reverberação, e a falta de detalhes torna o som “quebrado”. Sem sons graves suficientes, ele diz, “não há força. O som do bumbo da bateria diminui, assim como a forma como o alto-falante é empurrado quando o guitarrista toca um acorde mais forte”. (LEVINE, Robert, Rolling Stone, abril de 2008).

O uso massivo do formato mp3 provoca uma mudança na tecnologia digital que faz com que a mixagem e a masterização não definam bem as diferenças entre sons alto e suave das músicas. Os detalhes são suprimidos, já que não são captados pelo mp3, nem pelo ouvido humano, obedecendo uma nova lógica de escuta de uma audiência disposta a ter o maior número de músicas no seu tocador, sem atenção às nuances. Arctic Monkeys em *Whatever...*, usa muita compressão, sem diferenças entre altos e baixos, dando ao ouvinte uma sensação de intensidade constante.

As transformações tecnológicas acentuam as reconfigurações sociais e cada uma delas provoca

determinadas mudanças, como De Marchi observa em relação ao LP :

Com o surgimento da estética do álbum, os discos passam a ser vistos como obras de arte em si. (...) O LP passa a ser consumido como livros, ou seja, um suporte fechado, passível de coleção em discotecas privadas – com status de objeto cultural. (DE MARCHI, 2005, p. 13).

Valorações, gostos e identidades são formatados pela tecnologia, que nos permite experimentar e pensar a música. Ela é parte do processo de criação musical. O LP coloca o artista em evidência e o torna mais importante que o disco (TOSTA DIAS, 2000), o formato produz uma mudança na indústria fonográfica que passa a investir em um cast próprio. Historicamente, a inovação (HERSCHMANN, 2007) é parte das estratégias do negócio da música, e podemos perceber é que a inovação permite que a música continue sendo produzida e consumida em larga escala nos mais diferentes meios, das mais variadas formas. Acessibilidade e compartilhamento são as palavras-chave no consumo contemporâneo da música popular massiva, o que deu destaque a um modelo de competências do usuário similar ao pretendido por artistas que, ao longo da história da música, trabalham a ideia de música independente. Para George Yúdice (2007), a tecnologia alterou de forma significativa nossas experiências musicais nas últimas décadas, pela presença que a música tem na nossa vida cotidiana e pela mobilidade que nos permite ouvir música em qualquer lugar e nas mais diversas situações e ambientes. Para o autor, “não há espaço onde não se escute música”. (YÚDICE, 2007, p. 18), e ele tem razão. Basta observarmos que em todos os momentos de nossas vidas podemos estar conectados a sons, o que nos



traz novas experiências musicais, proporcionando práticas diferentes de produção e circulação.

Mas, como frisa Janotti na sua discussão sobre transformações ocasionadas pela tecnologia no consumo musical, é preciso cuidado ao refletir sobre qual é o real peso da tecnologia e não enxergá-la como um elemento dissociado dos formatos culturais e das sensibilidades. Para Janotti:

(...) a popularização da circulação digitalizada da música através do arquivo de compressão mp3 não significa somente uma possível crise no mundo da música, mas também uma transformação nas relações de produção/circulação/consumo e apropriação dos produtos musicais. (2010, p. 4)

A tecnologia tem proporcionado, desde a criação do fonógrafo, diferentes experiências de consumo musical. Se antes só tínhamos a experiência da música ao vivo, a possibilidade da música gravada vai nos proporcionar novas práticas de cultura auditiva¹³, não de forma tão direta, mas através de interconexões, contextos, afinal “ouvir música é algo especial, que nos coloca em outro lugar”. (FRITH, 1996, p. 275). Para Frith, o surgimento da música com notação (partitura) estabelece uma nova hierarquia, distinguindo música comercial e folclore, e a tecnologia de gravação faz com que seja “possível tocar um instrumento sem ter nenhuma noção de música” (FRITH, 2001, pág. 59). Os discos possibilitaram o consumo musical nas rádios, em casa, em lugares públicos. A tecnologia digital, como coloca Frith, possibilitou o

13 “(...) cultura auditiva é materializada nos modos de audição e circulação da música popular massiva, observando valores ligados aos aspectos sociais do consumo e circulação da música, agregados ao texto musical.” (JANOTTI, 2007, p. 16).

surgimento do CD¹⁴ e da edição digital. A música vai para o disco e se transforma em informação digital que, posteriormente, pode ser sampleada, ressignificada de inúmeras maneiras, mostrando as formas amplas e variadas do circular e produzir música.

Os formatos técnicos ou de armazenamento como vinis, fitas-cassetes, CDs, mp3 são elementos-chave no processo de produção, consumo e distribuição da música popular massiva, porque eles possibilitam os variados usos da escuta musical e também interferem na criação e produção dos álbuns e das canções, inclusive estipulando tempo de faixas, mixagem, masterização. Mas, como observa Janotti, é preciso ficar atento, afinal:

(..) não se deve, portanto, levar em consideração unicamente as mudanças tecnológicas e econômicas, confundindo-as com as experiências atreladas ao mundo da música, já que as transformações da produção e circulação da música não se traduzem de maneira direta nas práticas das culturas auditivas e no modo como os ouvintes se apropriam das escutas musicais. (JANOTTI, 2009, p. 6).

Sem dúvida, as transformações da escuta musical envolvem uma criação musical e uma forma de interação da audiência que não é determinada exclusivamente pela tecnologia, mesmo porque tanto artistas como consumidores dão os mais diversos usos para as tecnologias que vão depender da competência de cada um. A música passa de uma

14 “Em 1983, lançou-se o compact-disc, suporte digital de reprodução, feito em alumínio, menor e mais leve que um 45 r.p.m. e com a capacidade para comportar aproximadamente setenta minutos de música, sobre a mesma superfície. Ainda que o novo suporte prescindisse da “troca de lado” dos discos, o padrão de consumo do CD seguiria as regras do LP”. (DE MARCHI, 2005, p.13).

experiência coletiva, pública, degustada somente ao vivo, para uma experiência individualizada, na qual o consumidor tem autonomia para ouvir as canções que deseja na ordem que quiser e da forma que quiser. Equipamentos como iPods¹⁵, por exemplo, permitem uma experiência musical individualizada, sem compartilhar os ruídos exteriores, fazendo suas playlists, ouvindo apenas o que deseja de forma tradicional (álbuns inteiros) ou apenas em faixas.

Plataformas digitais, distribuição e gêneros

O acesso às tecnologias na história da música nunca resolveu a questão da distribuição, que continua sendo o grande problema da cena musical independente, que vê a situação começar a mudar a partir do final dos anos 1990, com artistas e selos independentes podendo promover e distribuir sua música para um público amplo, a partir do compartilhamento de conteúdos disponibilizados na internet e inovações como a da relação artista/audiência proposta pelo Radiohead com o lançamento do álbum *In Rainbow* (2007), no qual cada pessoa pagaria quanto quisesse pelas faixas. O novo modelo de negócio questiona a hegemonia das majors e, como coloca João Leão e Davi Nakano, ele é possível porque no século XXI uma grande virada está exatamente no processo de distribuição da música. O acesso a *sites* e outras ferramentas de compartilhamento possibilitam que as bandas possam ser promovidas, comercializadas e consumidas. Radiohead adapta-se a esta nova configuração, aproveitando o panorama propício para as novas experiências disponíveis (CARDOSO, 2008)

Está em cena uma outra lógica dentro da indústria da música: a popularização do consumo musical via arquivos digitais a partir do uso de *softwares* de partilha de dados em computadores pessoais. A

experiência musical está profundamente ligada ao ambiente e aos suportes nos quais ouvimos música, mas o processo depende dos usos que as audiências vão dar aos formatos e suportes. Para Cardoso:

A internet, através de softwares, P2P, sites MySpace, Last.fm ou por meio das tecnologias móveis parecem suscitar outros modos de relacionamento com a música. A escuta de canções e menos de álbuns inteiros (formato hegemônico de consumo musical quando se populariza o disco de vinil) ou a transformação dos celulares em verdadeiras discotecas. (CARDOSO, 2008, p. 4)

No século XXI não é necessário o filtro das grandes gravadoras. O que fortalece o crescimento de cenas locais e possibilita que milhares de artistas coloquem seus trabalhos disponíveis para a audição é a distribuição online. O desenvolvimento tecnológico é um dos principais articuladores das formas de circular, produzir e consumir música popular massiva, mas ele não age sozinho, depende da forma como os consumidores ressignificam ou resistem a estas transformações e como criam ou reconstróem novas práticas culturais. A atenção para o uso da internet, para a divulgação dos artistas, tornou-se viável pelo surgimento do mp3 e sites de compartilhamento online, mas também por usos que internautas deram ao colocar músicas do Arctic Monkeys no *MySpace*, tornando a banda popular sem ter lançado nenhum álbum físico, e a potencialidade deste novo negócio.

A internet facilita a circulação da música, amplia a possibilidade do artista ser ouvido mas, por ser aberta a todos, a busca atual se torna por atenção. Ao entrar no site da gravadora Trama, o usuário tem acesso a páginas, faixas e álbuns de centenas de artistas disponíveis para *download* (pago e gratuito).

15 Tocador portátil de áudio digital desenvolvido pela Apple.



O que vai levar ele a consumir determinado produto e não outro? Os artistas têm que lidar com uma mesma questão, anterior à distribuição do produto na internet, que é convencer alguém a consumir e isto não muda com a música circulando em sites e redes sociais para *download* e *streaming*¹⁶. O acesso é facilitado, por isso mesmo o usuário tem a sua disposição milhares de possibilidades, o que inclui fazer ouvir música na Blip.fm¹⁷ ou ver o clipe no YouTube. As possibilidades são inúmeras, de práticas de escuta, mas também de catálogo, com a disponibilidade de artistas dos mais variados gêneros. A cadeia produtiva da música continua dependente da audiência, que vai selecionar qual o artista que vai consumir e de qual forma.

Podemos então pensar nos sistemas de recomendação¹⁸ para observar como a música se posiciona nas plataformas sociais em ambientes como o Last.fm, que é considerado uma plataforma de *folksomania*¹⁹, que possibilita aos usuários etiquetar as músicas a partir de *tags*²⁰ que funcionam como simulacros de gêneros e subgêneros musicais,

16 Quando se usa o *streaming* pode-se reproduzir uma mídia a medida que chega ao usuário e é reproduzida em tempo real.

17 Uma rede social que funciona como microblog, que permite publicar músicas e pequenos textos. (Wikipédia.com.br).

18 Sistemas de recomendação são, pois, exatamente aquilo que a expressão sugere. Definidos de maneira simples, tratam-se de softwares, também chamados de agentes inteligentes, que tentam antecipar os interesses do consumidor no ambiente digital e prever seus gostos, a fim de recomendar novos produtos. (SÁ, 2009, p. 1).

19 O criador do termo *folksonomia*, Vander Wal, define a prática como o resultado de processos livres de “etiquetamento” de páginas e objetos, realizados em um ambiente social, por pessoas que consomem as informações, objetivando posterior recuperação. Assim, a folksonomia instaura um novo tipo de hipertexto, cujos links são constituídos pelas tags. O que caracteriza os links desse novo tipo de hipertexto é o fato de que são criados por qualquer usuário da web, ao contrário do que ocorria no início da web onde apenas programadores e conhecedores de linguagens de programação editavam hipertextos, e por que são criados com base no significado das informações etiquetadas” (AMARAL e AQUINO, 2008, p. 2).

20 Etiquetas ou palavras-chave associada a uma informação.

mas cuja estratégia, ao usar as *tags*, é esconder o tipo de música e de artista, buscando um caminho alternativo ao normalmente usado pela indústria musical. Amaral acredita que, desta forma, o usuário rompe com os padrões tradicionais dos gêneros musicais (AMARAL, 2008). Para Amaral e Aquino:

As tags não precisam necessariamente estar vinculadas com o gênero/estilo musical em si e podem, agregar valores subjetivos como “breakfast radio” (rádio do café da manhã), “músicas que eu amo”, “música mais gay de todos os tempos” (esse foi uma das tags encontradas para as canções da cantora Madonna), etc. (...) Assim as discussões sobre a natureza e autenticidade dos subgêneros musicais é discutida em múltiplas plataformas e fóruns, apontando a capacidade de um determinado grupo de desdobrar-identidades em distintos locais e redes. (AMARAL e AQUINO, 2008, p. 4)

Esta prática permite, a partir do uso de uma ferramenta tecnológica, uma nova forma de apropriação da música, com outros tipos de usos comunicacionais que podemos pensar, até que extrapola o sentido de gênero musical, entretanto, discordamos de Amaral e Aquino e ratificamos que o usuário das redes continua utilizando os gêneros com a mesma função de orientar e classificar um tipo de consumo, como uma forma da música se comunicar com sua audiência, de ser um mediador entre os diversos. A música nos coloca em determinadas posições sociais. Na internet, nos posicionamos socialmente em blogs, redes sociais, porque “os gostos musicais são um componente crucial dos perfis que atraem as pessoas a relacionarem com seus pares”. (YÚDICE, 2007, p. 23). Gêneros fazem parte de posições sociais e é o que parece reafirmar as experiências estudadas por Amaral e Aquino, mesmo que a

tecnologia possibilite novos usos e ressignificações.

A web 2.0 se caracteriza por ser um sistema colaborativo, mas não podemos obliterar as apropriações sociais feitas por grupos e os sistemas de recomendação também demonstram como a noção de gênero continua sendo um importante marcador, mesmo quando é “ampliada e complexificada por todos os outros rótulos” (SÁ, 2009, p. 8). Para Amaral as rotulações funcionam “como codificadores sintéticos de um gênero ou subgênero que nos remete a determinadas sonoridades caracteristicamente definidas”. (AMARAL, 2007, pág. 240). A *folksomania* proporciona uma nova experiência musical que estimula fortemente a etiquetagem e o compartilhamento com pessoas que têm um gosto musical parecido. O que nos leva a pensar que o consumo da música está ligado a saber qual som ouvimos. Mesmo que a experiência de audição seja através de um sistema de recomendação, a música é uma mercadoria ressignificada a partir da tecnologia que usamos, mas que ainda tem o gênero como mediador do processo de circulação e produção.

Breves conclusões

Os efeitos produzidos por suportes, formatos (culturais e técnicos), *softwares*, instrumentos, equipamentos produzem outras práticas de consumo cultural. Se o surgimento de uma cena musical independente nos anos 1980 foi possibilitado por acesso a uma tecnologia mais barata, que criou uma ideologia contrária ao *mainstream*²¹, a reestruturação do mercado da música nos anos 1990/2000, a partir do compartilhamento de arquivos em mp3 e da intensa distribuição de música/artistas na internet, traz para a indústria da música novos modelos de negócio, nos quais grandes vendagens e estrelas perdem espaço para cenas

locais, vendas modestas de álbuns e um consumo maior de música ao vivo (HERSCHMANN, 2007) em festivais e shows. Não prevalecendo mais um fluxo principal na música, mas pequenos e intensos fluxos secundários. Neste contexto, podemos perceber o papel fundamental das tecnologias no consumo musical e nos usos que fãs, artistas e críticos fazem destas novas ferramentas. A internet transformou as práticas musicais, criando outros tipos de escuta, de produção e circulação da música, que é parte de uma indústria multimídia, mas que mantém determinadas complexidades que fazem parte do percurso histórico da música.

As tecnologias transformam o cenário da música, cria outras formas de intermediação entre audiência e artistas, muda o modelo de negócio, e estas transformações na produção, consumo e circulação modificam a forma como nos relacionamos com a música, criam novas possibilidades estéticas, mas, por outro lado, servem para fortalecer determinadas práticas, como o uso dos gêneros para estabelecer relações de gosto e de identidade. Ao consumirmos música, em qualquer tipo de formato ou suporte, continuamos a dar preferência aos gêneros e a determinados formatos técnicos e culturais, mesmo que incorporando novos, fazendo um fluxo de uso entre novas e velhas tecnologias (SÁ, 2009). Ao ouvir música podemos ter preferência por dub, MPB, techno, reggae, heavy metal, que podem aparecer como *tags* ou gêneros nas redes sociais, e podemos ouvir o que selecionamos em nossos iPods, em vitrolas, na Blip.fm, e não levamos em conta questões apenas técnicas, mas a autenticidade e a autonomia que estão presentes nos gêneros e nos suportes que selecionamos a partir de uma identificação social e ideológica. São estes aspectos que vão definir as nossas escolhas de escuta.

Nosso objetivo neste artigo foi apontar como as mudanças tecnológicas ocorridas ao longo de

21 Fluxo principal da indústria cultural.



século e, particularmente, na primeira década do século XXI, refletem na forma que consumimos música, mas sem esquecer que “nós ouvimos música como alguma coisa especial, como algo que desafia o mundano, como algo fora de ‘nós mesmos’” (FRITH, 1996, p. 275), por isso não é nossa intenção supervalorizar o papel da tecnologia, mas entender que ela é algo inerente música, e parte de uma dinâmica social, complexa, que deve ser pensada a partir de aspectos sociológicos, ideológicos e mercadológicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana. Categorização dos gêneros musicais na Internet – Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.FM. In: FREIRE FILHO & HERSCHMANN (Org.). Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

AMARAL, Adriana & AQUINO, Maria Clara. Práticas de Folksonomia e Social Tagging no Last.FM –Trabalho apresentado no CHI. 2008. Disponível em http://www.inf.pucrs.br/ihc2008/ptbr/assets/files/Praticas_Folksonomia_Social_Tagging_Lastfm.pdf

CARDOSO, Jorge Luís Cunha. Algum lugar além do arco-íris: escuta musical nas fragmentárias estruturas da Web. Artigo apresentado no I Colóquio de Comunicação e Sociabilidade. Belo Horizonte. 2008. Disponível em http://www.fafich.ufmg.br/cis/pdfs/pontogris/CARDOSOFILHO_jorge.pdf

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. Volume I. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DIAS, Márcia Tosta. Os Donos da Voz: Indústria Fonográfica Brasileira e Industrialização da Cultura. São Paulo: Boitempo, 2000.

FRITH, Simon. Performing Rites: On the Value of popular Music. Cambridge, Massachusetts. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

_____. La industria de la música popular. In: FRITH, STRAW, STREET (org). La Otra História del Rock. Barcelona: Ma Non Troppo, 2001.

HERSCHMANN, Micael. Lapa: Cidade da Música. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

JANOTTI, Jeder. Da Canção ao Mundo Digital: formatos de áudio, formatos técnicos e fruição no mundo da música. Artigo apresentado no I Musicom. São Luís. 2009. Disponível em <http://www.midiaemusica.ufba.br/>

_____. Mídia, Música Popular Massiva e Gêneros Musicais: a produção de sentido no formato canção a partir das suas condições de produção e reconhecimento. Trabalho apresentado no XV Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, SP, em junho de 2006. Disponível em <http://www.midiaemusica.ufba.br/>

_____. Metodologia de Análise Midiática da Música Popular Massiva. Projeto de pesquisa do grupo Mídia & Música

Popular Massiva. Facom. Salvador. 2008. Disponível em <http://www.midiaemusica.ufba.br/>

LEÃO, João e NAKANO, Davi. O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente. In: PERPETUO e SILVEIRA (org.). O futuro da música depois da morte do CD. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

MARCHI, Leonardo de. A Nova Produção Independente: Mercado Fonográfico e as Novas Tecnologias da Comunicação. Texto apresentado no Intercom 2004. Disponível em <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/77/76>

_____. A Angústia do Formato: uma história dos formatos fonográficos. In: Revista E-Compós, no 2, jul/2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/e-compos>>.

MCLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding media). São Paulo: Cultrix, 1964.

SÁ, Simone Pereira de. Mediações musicais através de telefones celulares. In: FREIRE, João F e JANOTTI, Jeder Jr (org). Comunicação e Música Popular Massiva. Salvador: Edufba, 2006.

_____. Se vc gosta de Madonna também vai gostar de Britney! Ou não? Gêneros, gostos e disputa simbólica nos Sistemas de Recomendação Musical. Trabalho apresentado ao XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/395/360>

SHUKER, Roy. Vocabulário de Música Pop. São Paulo: Hedra, 1999.

STERNE, Jonathan. O mp3 como um artefato cultural. In: SÁ, Simone Pereira de (org.). Rumos da Cultura da Música: Negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.

THEBÉRGE, Paul. Any Sound Can You Imagine. Hannover: Weleyn University Press, 1997.

_____. "Conectados": la tecnologia e la música popular. In: FRITH, STRAW, STREET (org). La Otra História del Rock. Barcelona: Ma Non Troppo. 2001.

TROTTA, Felipe. O Forró de aviões: a circulação cultural de um fenômeno da indústria do entretenimento. Trabalho no XVII Encontro da Compós, na UNIP, SP, em junho de 2008. Disponível em <http://www.compos.org.br/>

VICENTE, Eduardo. A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país. Revista da Associação Nacional do Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Compós. 2006. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/100/99>

YUDICE, George. Nuevas Tecnologias, Ubicuidad de Musica, Experiência. Gedisa Barcelona. 2007.

O Admirável mundo da tecnologia musical - Do fonógrafo ao MP3, a funcionalidade do gênero para a comunicação da música
Nadja Vladi

Data do Envio: 25 de agosto de 2010.
Data do aceite: 02 de novembro de 2010.





A “Cada um com seu iPod”¹ - A escuta de *In Rainbows*, do Radiohead

“Each one with his own iPod” - Listening to in Rainbows, from Radiohead

Jorge Cardoso Filho²

RESUMO O artigo questiona o grau de determinação que as tecnologias de distribuição e reprodução exercem na experiência musical contemporânea, a partir do estudo da relação estabelecida entre os ouvintes com o álbum *In Rainbows* (2007), da banda inglesa Radiohead. Aponta alguns elementos antecessores da experiência de escuta com o álbum e conclui que as reconfigurações técnicas precisam estar vinculadas a reorganizações na sensibilidade para serem significativas.

PALAVRAS-CHAVE Música; Mídia; Medialidade.

ABSTRACT The article questions the degree of determination that the distribution and reproduction technologies set in the contemporary musical experience through the study of the relation between listeners and the album *In Rainbows* (2007), from the English band Radiohead. It points out prior elements of the listening experience with the album and states that to be meaningful, technical mutations must be linked with mutations in the sensibilities.

KEYWORDS Music; Media; Mediality.

1 Uma versão inicial deste artigo foi apresentada no I CIS – Congresso em Imagem e Sociabilidade, do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFMG.

2 Doutor em Comunicação, UFMG. Professor Assistente do Departamento de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB. Coordenador do projeto Práticas de escuta musical e materialidades da comunicação. cardosofilho.jorge@gmail.com

Introdução

Quando o Radiohead lançou seu álbum *In Rainbows* (2007) pela Web, num sistema que possibilitava que cada ouvinte pagasse o quanto quisesse, fez-se bastante alvoroço no universo da cultura pop e da indústria fonográfica. O principal argumento a embasar essa atitude girava em torno da “crise da indústria fonográfica”, que ficava ainda mais evidente com a bem-sucedida estratégia do Radiohead. Segundo este raciocínio, a estrutura descentralizada da rede favorecia formas de consumo e apropriação teoricamente livres das grandes gravadoras.

Posteriormente, um segundo argumento ganhou força, o de que as tecnologias móveis de reprodução musical, como os *smartphones*, *iPods* e *MP3 players*, favoreceram um tipo de relacionamento com a música menos marcado pelo espaço físico e mais presente nos deslocamentos espaciais. Tal fator reconfiguraria a experiência com a música e, como *In Rainbows* parece ter sido originalmente pensado para esse tipo de escuta, encontrava-se aí uma evidência para sustentar a afirmação.

Esse artigo analisa o fundamento implícito nos dois argumentos: que as reorganizações no âmbito das técnicas de reprodução e distribuição determinam o tipo de experiência. Busca, ainda, as evidências que sustentam esse fundamento de cunho determinista. Por fim, sugere que a compreensão dos efeitos dessas reorganizações tecnológicas torna-se mais esclarecedora quando examinada pelo prisma da alteração na experiência sensível.

O Ipod e as medialidades contemporâneas

O Radiohead conseguiu fazer um disco que, de tão vago, parece especializado em tudo. É um disco pra ser levado com você. *In Rainbows* é

um disco que parece ter sido feito por gente que sabe que ele vai ser ouvido não mais em casa, mas do jeito que todo mundo ouve disco hoje – em qualquer lugar –, cada um com o seu iPod (TUCORI, 2007)³.

O crítico, da revista eletrônica *Rockwave*, está convencido do modo como as pessoas ouvem discos atualmente. Tucori refere-se especificamente ao *iPod*, um componente material da experiência musical contemporânea. Assim como o rádio, a vitrola ou o *CD player* foram componentes materiais que promoveram um engajamento determinado com a música nos seus respectivos contextos, há, nesse caso, um padrão de experiência em ação e, ao perceber o modo como “todo mundo ouve música hoje em dia”, o Radiohead passa a utilizar os componentes materiais da reprodução musical na experiência com seus álbuns.

Esses aspectos materiais da experiência, que instituem uma marca específica às práticas, são aqui denominados de *medialidades*, como propõe Friedrich Kittler (1990). Cada medialidade traz consigo não apenas a capacidade de transmissão e armazenamento de determinados conteúdos, mas também seus próprios ruídos – elementos que atrapalham essas transmissões e armazenamentos. Os *Long Plays*, por exemplo, possuíam uma maior capacidade de armazenamento que os discos de 78 RPM pela própria característica da medialidade do suporte. Por outro lado, instituiu o chiado (um ruído) como um componente da experiência de escuta. Logo, há uma forte relação entre medialidade e sensibilidade, como se pode inferir.

Ouvir música em qualquer lugar, isoladamente, como uma experiência individualizada é a principal característica das medialidades derivadas do

3 Capturado em: <http://www.rockwave.com.br/lancamentos/in-rainbows>, 30 de setembro de 2008.



*walkman*⁴, da qual o *iPod* é um exemplo. Opera aqui uma ritualidade⁵ que sugere um “em-si-mesmamento” da escuta e uma apropriação instantânea da música, atitudes propiciadas pelas tecnologias móveis. A música adquire o caráter de trilha sonora da própria vida, uma espécie de pano de fundo a partir do qual as ações do cotidiano ganham uma tonalização.

A situação de escuta, portanto, é individualizada, “cada um com seu *iPod*”. O ouvinte, entretanto, é educado num ambiente que não apenas admite como requer a habilidade com as novas tecnologias (troca de arquivos musicais em programas *peer-to-peer*, redes de relacionamento social como Last.Fm e Myspace, etc.). Isso implica o desenvolvimento de uma conduta específica de relacionamento com a música, em sintonia com o meio material através do qual ela será reproduzida.

O padrão predominante de reprodução musical contemporâneo é o digital: computadores, *PCs*, *Macintoshs* ou *laptops*, as tecnologias móveis, como o *iPod*, o *smartphone* ou mesmo o *MP3 player*. São essas as medialidades, extremamente portáteis, a partir das quais a experiência com a música se desenvolve. A portabilidade dos computadores e desses outros aparelhos é tamanha que eles podem estar alocados em qualquer espaço – escritórios, bibliotecas e quartos –, de modo que a experiência musical também fica pulverizada nesses espaços.

Independente do lugar onde os reprodutores se encontram, mantém-se o fato de alto-falantes pequenos estarem disponíveis (afinal, eles precisam ser facilmente transportáveis). A dimensão do alto-

falante se relaciona de forma direta com o tipo de experiência de escuta possível devido às variações de pressão sonora, de maneira que esse aspecto dificulta a exploração dos volumes dos sons, descrito por Baugh (1993; 1995) como característico do Rock. Fica evidente, desse modo, uma das formas como a medialidade dessa prática de escuta está informada pela própria experiência sensível.

No que diz respeito à estratégia de lançamento do álbum, o ápice da aposta da banda no uso das tecnologias de comunicação é *In Rainbows*, que, em 10 de outubro de 2007, foi disponibilizado para *download* no site www.inrainbows.com, num sistema que permitia a cada ouvinte pagar o quanto quisesse pelo álbum. Não se comprava faixa por faixa, mas uma obra fechada, que deveria ser ouvida integralmente. O álbum apareceu, primeiramente, como arquivo de *MP3*⁶, cujo *download* devia ser feito no site da banda, após o consumidor estabelecer o preço que desejava pagar.

O valor que você escolhe – e pode ser nada – vai para a banda, sem intermediários. Então, você escolhe o quanto vale esse material que você desconhece, produzido por uma banda que você conhece e de que provavelmente gosta. Se você não pagar nada, você diz à banda que o novo álbum dela não vale nenhum dinheiro. É legítimo. Mas agora a decisão é sua; não há mais gravadora contra a qual se opor, não há mais loja da qual reclamar: é você e a banda. E aí? (NEGROMONTE, 2007)⁷.

4 O estudo realizado pelos pesquisadores do CCCS de Birmingham, sobre o Sony *walkman* é referência obrigatória para uma discussão mais profunda; ver Du Gay et al (1997).

5 O “mapa das mediações” proposto por Jesús Martin-Barbero (2001) é elemento de referência nessa análise. Como o objetivo do artigo não é apresentar toda a teoria de Martin-Barbero, faço alusão apenas a quatro pontos do mapa: ritualidades, tecnicidades, socialidades e institucionalidades.

6 Também era possível encomendar uma *discbox* do álbum, situação na qual o consumidor teria o produto nos suportes LP e CD. Contudo, no contexto do lançamento, era fundamental ter acesso ao ambiente da rede para se adquirir imediatamente o álbum.

7 Capturado em: <http://musica.uol.com.br/ultnot/2007/10/10/ult89u8111.jhtm>, Acesso em 29 de setembro de 2008.

Inicialmente, a prática de baixar músicas através de *softwares* de partilha de arquivos tinha como “inimigo natural” os valores instituídos pela indústria fonográfica. Tanto que o termo usado para um álbum que aparece primeiro na Internet é “vazar” ou, em inglês, *internet leak*. O próprio Radiohead teve o álbum *Kid A*, em 2000, vazado pela Internet. O *download* de músicas, que se consolidou no início do século XXI, estava originalmente ancorado em artistas e gêneros musicais alternativos, reconhecidos no interior de subculturas, (THORTON, 1996) – como a banda Mombojó ou Nine Inch Nails. Depois, grandes bandas disponibilizaram canções gratuitas⁸ pela Web. Mas quando o Radiohead (que tinha contrato com a EMI e pode ser considerada uma banda de Rock de prestígio) propôs receber a quantia que o ouvinte desejasse pagar, houve grande alvoroço na indústria fonográfica.

Conforme identificado por Negromonte, a iniciativa do Radiohead opera numa lógica diferenciada: faz valer outro tipo de constrangimento na relação com o consumidor. Pode-se dizer que é um constrangimento relativo aos aspectos afetivos e não às reconfigurações da indústria fonográfica, simplesmente. A insistência do crítico em afirmar que “finalmente, oito anos depois de a música sair do disco, com a popularização do MP3, algo começa a acontecer de modo consistente na relação entre ouvintes e artistas”, significa observar o fenômeno pelo prisma da mudança de valor em operação.

8 Em 2004, a banda americana Green Day disponibilizou para venda, via *iTunes*, o *cover* da música “*I fought the law*” feita para o comercial do Superbowl, a partida final de futebol americano da temporada. Versões *cover* do The Who, feitas pela banda americana Pearl Jam, também foram vendidas pelo *iTunes* em 2007. No Brasil, um dos principais defensores do *download* de música é o cantor e compositor, ex-ministro da cultura, Gilberto Gil, um dos representantes do movimento tropicalista brasileiro. Gil também é defensor do movimento pelo Software Livre e pela Liberdade Digital. Teve, em 2005, a música *Oslodeum* lançada com licença *Creative Commons* – a qual permite cópia e compartilhamento com restrição bem menor que o tradicional *copyright*.

Consumidores (e ouvintes) já engajados no debate público sobre o valor estético das obras são convocados pela banda para estabelecer o valor de troca das faixas. Ou seja, ao perceber os novos padrões de socialidade envolvidos no consumo musical, o Radiohead incorpora-os como uma estratégia em seu favor. Fica evidente aqui que não é prerrogativa da dimensão da tecnicidade instituir uma reconfiguração na prática de escuta, mas que, na medida em que ela dialoga com as demais mediações, é possível falar em transformação na sensibilidade.

Se o lançamento de *In Rainbows* pela Web pode ser considerado uma objetivação radical das formas de consumo musical que caracterizaram os primeiros anos do século XXI, não é possível afirmar, simplesmente, que se trata de um processo relacionado às tecnologias disponíveis. É preciso considerar, ainda, os valores partilhados, o juízo e, nesse sentido, um questionamento das institucionalidades dominantes na experiência com o Rock até então.

As práticas de escuta na interação com as tecnologias

As medialidades associadas à reprodução musical e estratégia de distribuição do álbum estão, portanto, ancoradas nas novas tecnologias. Entretanto, é importante apresentar alguns elementos antecessores dessa “revolução” no campo musical que servem para matizar essa afirmação de cunho determinista. Por exemplo, ao oferecer seu panorama da história do Rock nos anos 2000, Wayne Robins pontua que rapidamente se impôs uma nova realidade no campo da indústria da música:

A dificuldade em desenvolver artistas com uma longevidade na carreira, numa era



em que o *download* de faixas únicas pela Internet e a competição com outras opções de entretenimento (*video games*, telefones celulares, mensagens instantâneas, redes de socialidade como MySpace e Friendster) fazem da música Rock só mais uma mercadoria (ROBINS, 2008, p. 273. Tradução pessoal).

Não preparada para lidar com essa realidade, a indústria fonográfica agonizava. Os debates sobre *copyrights* e *copyleft*, direitos dos artistas e gravadoras, apropriação reciclada e aberta ecoaram nesse ambiente. O processo de digitalização da música (que já havia tido início em meados da década de 1980, com o protocolo MIDI – *Musical Instrument Digital Interface*) chega a um ponto extremo e os ouvintes, a partir do uso de *softwares* de partilha de dados em computadores pessoais (como *Napster*, *eMule*, *Kazaa*, *Soulseek* etc.), passam a ouvir suas canções prediletas nos seus computadores, sem mais precisar pagar pelos álbuns – o formato expressivo hegemônico do Rock, desde o final da década de 60.

O Rock, especificamente, vive um momento de fusão dos seus elementos musicais com aspectos do *techno*, da música eletrônica e do próprio Rap, além de intercâmbios com outros ramos da indústria do entretenimento, como dos *video games*. Numa das mais emblemáticas estratégias de revitalização do Rock, surgiu a série para consoles domésticos *Guitar Hero*, que une clássicas canções do Rock ao universo lúdico dos jogos de computador, de uma forma até então não experimentada. Tal fenômeno reaquece, em alguma medida, o consumo de álbuns das bandas de catálogo das gravadoras, à medida que jovens fãs entram em contato com a música e passam a desejar conhecer esses clássicos.

As redes de relacionamento social, via tecnologias digitais, se consolidam. O registro das

variadas experiências torna-se algo mais comum, uma vez que a “liberação do pólo emissor” possibilita que os inúmeros ouvintes tanto se apropriem dos *tracks* para fazer novas versões de músicas como confeccionem seus próprios discursos e os disponibilizem no ambiente da rede (mesmo numa escala menor, quando comparado à visibilidade produzida pela indústria fonográfica). A prática valorativa, fundamental na configuração do Rock, passa a encontrar ambientes menos hierarquizados para se desenvolver, um ambiente diferente do cinema, do rádio, da crítica especializada ou mesmo da MTV.

Para lidar com essas novas formas de consumo, também houve reorganizações no eixo das lógicas de produção da indústria fonográfica e das próprias bandas. A disponibilização de um *site* na Web com possibilidade de participação e fóruns de discussão entre os fãs estava entre as principais providências tomadas pelos empresários e pelas bandas no início do século XXI. A disponibilização oficial de músicas selecionadas para *download* gratuito foi o próximo passo tomado, mas tal iniciativa dependia muito do gênero musical e da relação que este estabeleceu com as novas plataformas de consumo.

Algumas bandas pareciam ter um instinto para a utilização da Internet como meio de criar excitação antes mesmo do álbum ser lançado. O Arctic Monkeys oferecia *downloads* gratuitos de canções em seu *website*. *Word-a-Mouth* propagou-se como um vírus pela Web, atingiu um nível de antecipação sem precedentes. Ao contrário do “*hype*” da indústria fonográfica do passado, o entusiasmo pelo Arctic Monkeys foi se desenvolvendo espontaneamente pela base de fãs (ROBINS, 2008, p. 273. Tradução pessoal).

Enquanto as bandas buscavam, a partir da própria inventividade, atrair a atenção dos ouvintes, a indústria fonográfica agia na tentativa de recuperar seu mercado consumidor. Mas foi somente em 2006, quando a loja virtual *iTunes*, da Apple, chegou ao seu bilionésimo download, que se evidenciou a existência de algo realmente errado na indústria musical. Da venda de faixas separadas pelo *iTunes*, por exemplo, para o lançamento de álbuns inteiros feitos pela web, sem intermediações com grandes gravadoras, não demorou tanto. Em 2004, a banda pernambucana Mombojó colocou todas as faixas do álbum *Nadadenovo* disponível para *download* no site da banda e, em 2005, o Nine Inch Nails disponibilizou o álbum *With Teeth* no MySpace.

McCourt & Burkart (2003), Vicente (2008) e Leão & Nakano (2009) apontam que a resistência das grandes gravadoras em aceitar a nova forma de consumo musical foi um dos principais fatores de fortalecimento das práticas de *download* e partilha de material musical mediante softwares em sistema *peer-to-peer*. Quanto mais a indústria fonográfica resistia, mais os ouvintes se empenhavam em construir formas de consumo (e, principalmente, formas de audição) em sintonia com a cultura da rede⁹.

O Radiohead foi uma das bandas que usou os recursos e os novos parâmetros do consumo musical desde o início da carreira. Desde a gravação de *OK Computer* (1997), a banda investia num site na web, cujo objetivo não era prioritariamente informacional, mas com poesias, textos de variados tipos, brincadeiras com os internautas, etc. O posicionamento da banda em relação às mudanças nas formas de apropriação musical consistia em

enxergar na tecnologia em rede um aliado, e não um perigo aos seus lucros.

Uma das únicas bandas que realmente fazem a diferença para a música e a política, o Radiohead permanecerá onipresente até a próxima década. Além de novos lançamentos e apresentações ao vivo, a maior novidade envolvendo a banda diz respeito ao lançamento de www.radiohead.tv, uma estação de rádio on-line com tudo sobre a banda. Depois de lutar timidamente contra os meios de comunicação, o Radiohead decidiu lutar forte. E para fazer isso, eles escolheram a Internet, o mais subversivo de meios de comunicação, tendo-a abraçado o mais cedo possível como seu modo de comunicação preferido. (...) Que por muito tempo eles possam continuar a proporcionar um som brilhante para um futuro incerto (CLARKE, 2003, p. 167. Tradução pessoal).

Importante para Clarke é o fato de que o Radiohead combate o discurso hegemônico dos *media*, a partir de suas ações (que o autor destaca se desenvolver, sobretudo, na Internet). Esse relato, de 2003, indica um dos principais elementos de expectativa construídos em torno da banda: apresentar o potencial de resistência dentro de um universo musical que parece totalmente transformado em *commodities*. O modo como resiste está relacionado às novas tecnologias de comunicação, mas não se desenvolve exclusivamente por causa delas. Há uma mudança de valor em curso.

Transformações mediáticas da sensibilidade

Quando Gisela Castro analisa a reconfiguração da experiência humana devido à inserção da topologia do ciberespaço, da realidade virtual e

9 Mais uma vez, entretanto, cada subgênero do rock permitiria uma conclusão particular sobre sua relação com tais processos – no *Heavy Metal*, por exemplo, o consumo dos álbuns ainda se constitui como um elemento fundamental, dado a eficácia do sistema simbólico associado ao gênero musical.



do crescimento da rede mundial de computadores, a autora percebe uma gradual prescindibilidade do corpo na tessitura e desenvolvimento das identidades e vincula este processo a um novo padrão de sensibilidade humana.

Nossa sensibilidade humana, demasiadamente humana, vem sendo estimulada e ampliada por novos prazeres sintéticos, toda uma diferença da gama de sensações produzidas pelo cruzamento entre a inventividade humana e suas ferramentas tecnológicas. Não se trata de utilizar a tecnologia como um acessório, um *gadget*, ou como uma novidade por si só; trata-se de expandir nossos limites sensoriais, perceptivos e cognitivos, através da exploração de novas possibilidades de expressão. O que a associação entre música e tecnologia parece tornar evidente é que é possível viver e fazer arte em harmonia com as máquinas: uma harmonia mais ampla que acolha o dissonante. Ao mesmo tempo, esta associação aponta para uma inesgotável potência do humano para se desdobrar em múltiplas fases, por contato e assimilação do que lhe é heterogêneo (CASTRO, 2005, p. 13).

Nesse processo de assimilação e transformação da sensibilidade por meio das tecnologias, a reprodução dos arquivos musicais digitais em *iPod* e similares parece encaminhar-se para o argumento apresentado pela autora: um acolhimento do dissonante e do estranhamento como uma figura central da experiência musical. Mais importante é que essa mudança não se dá apenas no nível da música de vanguarda, mas também na música popular-massiva – aspecto que Castro, infelizmente, não tematiza em seu artigo. Independente dessa negligência, a autora indica um crescente processo de referencialização na experiência musical

contemporânea:

Quando a tecnologia se afirma como parte integrante do contexto cultural contemporâneo, a arte investe na diversidade dos meios tecnológicos para que sejam investigados e expandidos seus potenciais sensíveis. Percebe-se, por exemplo, um contínuo investimento na quebra das referências mais imediatas da música com a percepção humana, que estabelece um certo princípio de seleção a partir de suas próprias necessidades, hábitos e limitações. Trata-se de uma arte que tem consistentemente tomado o suporte tecnológico – e não somente o humano – como seu ponto de referência mais radical (CASTRO, 2005, p. 9).

Essa referência à máquina e ao suporte tecnológico – como expansão do próprio corpo humano – é também indicada por Mark Hansen no seu estudo sobre a forma como o Radiohead deformou a noção de Rock a partir de suas experimentações musicais. Identificando que a banda se afastou da fórmula pós-Rock¹⁰ depois de *Ok Computer*, o autor vai afirmar que:

O encontro e a apropriação do Radiohead com o ritmo Techno e a composição digital visam catalisar um co-tornar-se do homem e da máquina, da respiração e da batida da máquina, cujo resultado final é, nada mais nada menos, uma expansão no domínio

¹⁰ O termo pós-rock é atribuído primeiramente ao crítico Simon Reynolds, que o teria cunhado em 1994 – embora já tivesse sido usado, em meados de 70, por outro crítico americano. Trata-se do uso da instrumentação clássica do rock para a produção de sonoridades incomuns ao gênero. Bandas como Stereolab e Tortoise tiveram alguns álbuns assim caracterizados. A fórmula do pós-rock indica a inclusão de elementos musicais da *ambient music*, do jazz, da música eletrônica e da música experimental.

do Rock (HANSEN, 2005, p. 119. Tradução Pessoal).

Uma expansão do gênero Rock, mediante o investimento nos formatos tecnológicos, na relação com o corpo e na percepção por efeitos de choque¹¹ fricção entre humano e máquina é a conclusão a que chega Hansen sobre o caminho seguido pelo Radiohead. É a partir desses elementos disponíveis que a experiência com *In Rainbows* se desenvolve. Tais aspectos gerais garantem as condições para se perceber as particularidades do álbum.

In Rainbows emerge como um álbum de Internet, como um álbum da rede, que migra para os outros suportes (LP e CD) guardando vestígios de sua produção, numa lógica descentralizada e fragmentária. Essa particularidade deve ser ressaltada, uma vez que a web foi considerada, por algum tempo, uma espécie de depósito para onde as já conhecidas formas expressivas poderiam migrar. *In Rainbows* opera inversamente, é uma forma expressiva da cultura áudio/virtual que migra para suportes expressivos mais tradicionais.

Como já desenvolvia trabalhos em sintonia com essas reconfigurações, não se pode afirmar que *In Rainbows* é fruto de uma mudança nas tecnologias de distribuição e reprodução musicais exclusivamente, mas de reconfigurações valorativas, em curso na prática de escuta musical. Isso ocorre tanto no âmbito da medialidade da situação de escuta quanto na experiência de ouvir

11 Benjamin, um dos primeiros autores a tratar das alterações da sensibilidade e percepção a partir das tecnologias de reprodução, apontava para a importância dessas tecnologias no cultivo de uma experiência de choque, cada vez mais comum no contexto de surgimento das técnicas de reprodutibilidade. Em uma pequena nota de rodapé, freqüentemente ignorada na leitura do ensaio sobre a obra de arte, o autor explica que um dos efeitos mais importantes do cinema é a sua capacidade de treinar os sentidos para as novas situações experimentadas na urbe, para as quais as tradicionais formas de expressão tinham pouco a oferecer.

as faixas do álbum.

No que diz respeito à medialidade, porque o *iPod* favoreceu a escuta de canções isoladas e menos de álbuns inteiros (formato hegemônico de consumo musical no Rock, desde o final da década de 60) e a transformação dos reprodutores digitais portáteis em verdadeiras discotecas. Esse padrão acaba por reconfigurar a própria forma de produção das bandas (como observado em Arctic Monkeys, Mombójó, Nine Inch Nails) e, nesse sentido, alargar as fronteiras do Rock. Entretanto, *In Rainbows* é disponibilizado para *download*, curiosamente, como um álbum – o que indica sua concepção como um produto fechado, dentro do formato de consumo tradicional da década de 1960 e ainda vinculado àquele período.

Isso significa que, embora a medialidade da situação de escuta pregue o “flanar” indeterminado e desorganizado, o corpo em deslocamento e fricção, *In Rainbows* aparece como uma espécie de guia para o errante, ao fornecer uma trilha sonora para a indeterminação mediante suas faixas organizadas e estruturadas. É assim que o álbum vai possibilitar a aparição de atmosferas distintas na relação com os deslocamentos do ouvinte pelos mais variados espaços. Embora o Rock se expanda e se reconfigure e o Radiohead seja uma banda tradicionalmente subversiva, não há aqui um rompimento com o padrão instituído nas primeiras mutações do Rock: aquele instituído pelo álbum.

No que diz respeito à experiência de escuta, a percepção das músicas atrelada à percepção dos elementos cotidianos transforma tanto o cotidiano quanto a música. Não se consegue definir exatamente onde começa um e termina o outro, ambos trazem ruídos e dissonâncias para a experiência perceptiva. Trata-se de um processo de estranhamento que ocorre tanto no âmbito musical quanto da vida cotidiana.



No modelo auditivo, está-se atento ao contexto externo e interno, ao antes e ao depois. Neste modo de cognição, oscilações expressivas, fluxos de intensidade, texturas tímbricas, formas efêmeras, contornos rítmicos surgem e se esvaem num jorro inexorável e diversificado. Noções como inacabamento, indeterminação, metaestabilidade e casualidade (acaso) entram em cena para descrever a complexidade do mundo assim percebido, composto por temporalidades (CASTRO, 2005, p. 12).

Além da descrição dos elementos em jogo nos novos modelos auditivos, Castro indica figuras estéticas da experiência musical contemporânea. Pode-se afirmar que *In Rainbows* apresenta como singularidade traços estilísticos adaptáveis a esses elementos da cultura de audição contemporânea e, ao fazê-lo, favorece uma prática de escuta do Rock que está fundamentada no deslocamento como figura estética. Na experiência com *In Rainbows*, o deslocamento está ligado à indiscernibilidade genérica, ao apagamento das fronteiras entre gêneros musicais e ao uso do corpo “flanando”. Enfim, novos valores são incorporados ao gênero Rock.

Podemos ver agora que o que distingue a contribuição do Radiohead no limiar sonoro é a sua capacidade de ir e vir entre os mundos da performance analógica e da composição digital – ou, mais especificamente, da sua vontade, por um lado, em desterritorializar sua sonoridade rock (desfazendo a distinção entre voz e som) em um processo que produz uma expansão do terreno sonoro de sua música; e seu esforço, por outro lado, em trazer de volta este terreno expandido para apoiar o modelo

orientado de performance do rock (HANSEN, 2005, p. 123. Tradução pessoal).

Uma prática de escuta deslocada expande o domínio do rock. Músicas “vagas” e “especializadas em tudo” incorporam um elemento fundamental da condição contemporânea na experiência de escuta: a errância. Esse flunar errante não se resume apenas ao movimento do corpo, mas ao passeio com todos os sentidos sem objetivos determinados, por universos tanto conhecidos como desconhecidos. Como se pode perceber, essa característica não é determinada pelas técnicas de reprodução e armazenamento recentes, mas pela interação dessas com os variados elementos que compõem a experiência de escuta na condição contemporânea.

Considerações Finais

Desse modo, percebe-se que parte do discurso sobre o caráter inovador de *In Rainbows* gira em torno de um agenciamento em consonância com os valores evidenciados na era digital. O caráter metamórfico do álbum, sua potencialidade de colocar o corpo num estado de deslocamento, a incorporação dos ruídos e dissonâncias como aspectos poéticos da musicalidade, todos esses elementos são acionados na experiência, não necessariamente possibilitando algo melhor ou pior que a escuta musical anterior, mas permitindo a experimentação de outros valores – valores de uma cultura do áudio, que já desenvolve uma compreensão mais crítica da escuta e da audição.

Isso significa que a reconfiguração na experiência com o rock não toma como aspecto privilegiado a força determinante das tecnicidades, como se supunha inicialmente devido às últimas inovações tecnológicas, mas aspectos característicos das socialidades e ritualidades operantes no consumo musical. É nesse âmbito que as fronteiras do Rock

têm sido reestabelecidas. O tradicional formato álbum e a noção de autenticidade, por exemplo, continuam exercendo força na experiência com o Rock, entretanto o estranhamento e o deslocamento aparecem num gênero musical que podia ser definido com as palavras “performance”, “gravação” e “ruído” (GRACYK, 1996; DAVIES, 1999). Percebe-se, nesse sentido, um novo campo de experiências comum, pronto para ser acionado e tensionado por desenvolvimentos vindouros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUGH, Bruce. Prolegomena to Any Aesthetics of Rock Music. In: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol 51/01, 1993, p. 23 – 29.
- _____. Music for the Young at Heart. In: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, volume 53/01, 1995, p. 81 – 83.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: obras escolhidas*. 10ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1996, p. 165 – 196.
- CASTRO, Gisela. As canções inumanas. In: *E-compós*, Brasília, volume 02, 2005, p. 06.
- CLARKE, Martin. *Radiohead: hysterical and useless*. 2. ed. London: Plexus, 2003.
- DAVIES, Stephen. Rock versus Classical Music. In: *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, volume 57, n. 02, 1999, p. 193 – 204.
- DU GAY, Paul et al. *Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications, 1997.
- GRACYK, Theodore. *Rhythm and noise: an aesthetics of rock*. Durham/London: Duke University Press, 1996.
- HANSEN, Mark. Deforming Rock: Radiohead’s Plunge into the Sonic Continuum. In: TATE, Joseph. *The Music and Art of Radiohead*. Aldershot: Ashgate, 2005, p. 118 – 138.
- KITTLER, Friedrich. *Discourse networks 1800/1900*. Stanford: Stanford University Press, 1990.
- LEÃO, João & NAKANO, Davi. O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente. In: PÉRPETUO, I. & SILVEIRA, S.. *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 11 – 26.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.
- MCCOURT, Tom & BUKART, Patrick. When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution. In: *Media, Culture and Society*, volume 25, 2003, p. 333 – 350.
- NEGROMONTE, Marcelo. “In Rainbows”, o álbum que não tem preço, é o melhor do Radiohead, 2007. Disponível em <http://>



musica.uol.com.br/ultnot/2007/10/10/ult89u8111.jhtm. Acesso em 29 de setembro de 2008.

RADIOHEAD. In Rainbows, 2007. Disponível em <http://www.inrainbows.com/>. Acesso em 29 de setembro de 2008.

ROBINS, Wayne. A Brief History of Rock, off the record. New York/London: Routledge, 2008.

THORTHON, Sarah. Club Cultures: music, media and subcultural capital. New York: Wesleyan University Press, 1996.

TUCORI, Fernando. Rockwave – Lançamentos, 2007. Disponível em <http://www.rockwave.com.br/lancamentos/in-rainbows>. Acesso em 29 de setembro de 2008.

VICENTE, Eduardo. As tecnologias digitais de produção musical. In: Cadernos da Pós-graduação, ano 02, volume 02, n. 02, Campinas, 1998, p. 103 – 108.

“Cada um com seu iPod” - A escuta de In Rainbows, do Radiohead
Jorge Cardoso Filho

Data do Envio: 16 de março de 2011.
Data do aceite: 18 de maio de 2011.



6

Por uma Economia Política do Funk Carioca¹ Notas sobre a teoria pós-moderna e seus desdobramentos na música popular contemporânea

Towards a Political Economy of Funk Carioca - Notes on postmodern theory and its developments in contemporary popular music

Pablo Laignier ²

RESUMO O objetivo deste trabalho é analisar as relações entre o funk carioca enquanto gênero musical e a teoria sobre as condições de uma economia política moderna no estágio contemporâneo, em que a acumulação flexível e os rápidos giros nos ciclos do capital se desdobram em uma sociabilidade e em aspectos culturais de mobilidade, risco, incerteza, crise, fluidez, portabilidade e interconexão. O referencial teórico é baseado principalmente nas obras de Harvey (2006), Lyotard (2003) e Anderson (1999). A primeira seção discute, com base nestes autores, a conjuntura pós-moderna; a segunda apresenta alguns exemplos dos desdobramentos das características classificadas como pós-modernas na música massiva/popular; a terceira discute algumas características do funk carioca como gênero musical e como cena cultural, inserindo-o no contexto político-econômico do Rio de Janeiro contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE Economia Política; Comunicação; Pós-modernidade; Música; Funk Carioca..

ABSTRACT The purpose of this paper is to analyze the relations between funk carioca as a musical genre and the theoretical point of view about the conditions of a modern political economy in its contemporary stage, in which the flexible accumulation and the fast capital cycles develop a distinctive sociability and cultural aspects of mobility, risk, uncertainty, crisis, fluidity, portability and interconnection. The theoretical reference is mainly based on authors such as Harvey (2006), Lyotard (2003) and Anderson (1999). The first section discusses, based on those authors, the post-modern situation; the second presents some examples of how the characteristics classified as post-modern occurs on massive/popular music; third section discusses some characteristics of funk carioca as a musical genre and also as a cultural scene, inserting it on the political-economic context of contemporary Rio de Janeiro.

KEYWORDS Political Economy; Communication; Post-modernity; Music; Funk Carioca.

1 Este artigo é uma versão modificada do trabalho apresentado no GT Teorias e Temas Emergentes do III Encontro ULEPICC-Br, ocorrido na UFS, em São Cristóvão, Sergipe, outubro de 2010.

2 Doutorando pelo PPGCOM da ECO/UFRJ e pesquisador do LECC/UFRJ, Mestre em Comunicação e Cultura (2002) e jornalista (1999) formado pela mesma instituição. Organizador e autor de dois capítulos do livro Introdução à História da Comunicação (E-Papers, 2009). Contato: pablolaignier@yahoo.com.



1. O que é a conjuntura pós-moderna?

A discussão acadêmica que se configurou nas últimas três décadas ao redor do tema “modernidade/pós-modernidade” ainda não esgotou todas as suas possibilidades. No que diz respeito aos desdobramentos da Modernidade enquanto *programática sociocultural*, talvez esta discussão (travada nos ambientes acadêmicos europeus e norte-americanos e com desdobramentos na América Latina e outras regiões do mundo) tenha servido para uma análise crítica de certos aspectos modernos já estudados anteriormente. Com relação ao estabelecimento de um novo cenário ou conjuntura sociocultural proveniente de um estado de coisas que teria rompido com os aspectos modernos da vida social, a partir de seu próprio desenvolvimento e acentuação, dificilmente haveria consenso a respeito do que vem a ser a pós-modernidade. Talvez pela falta de um distanciamento histórico que permita olhar de forma objetiva para a conjuntura sociocultural que norteia o mundo contemporâneo; talvez pela ausência de precisão conceitual que permita analisar de forma rigorosa e sem render-se a modismos os aspectos sócio-históricos que regem a conjuntura contemporânea; possivelmente pela ausência de um projeto ético-político claro a respeito da programática sociocultural e suas implicações político-econômicas (ou ainda de uma base filosófica bem fundamentada que sustente suas colocações teóricas); provavelmente porque os principais fatores que sustentam a discussão a respeito de um novo momento histórico não apresentem um rompimento de fato com os principais aspectos modernos, mas apenas um aumento em sua intensidade; e sobretudo porque o discurso pós-moderno, do ponto de vista epistemológico (como estratégia discursiva), desenvolve a ideia de que a pluralidade existente no mundo atual deve ser assimilada sem grandes escolhas que permitam hierarquizá-la, de

modo a evitar uma noção de totalidade que é/era apresentada por outros discursos teóricos (como o marxismo, por exemplo).

Não se trata apenas de apontar o discurso pós-moderno como conservador ou não-progressista, mas de apontar o discurso pós-moderno como legitimador dos paradoxos modernos a partir de um olhar culturalizante que permite evitar a discussão sobre processos mais profundos que regem as relações sociais na ordem capitalista tal como esta se configura atualmente. Em outras palavras: a pós-modernidade aceita os paradoxos como regra, já que não pretende superá-los através de uma análise dialética.

Mas o que se convencionou chamar de pós-modernidade não é apenas um discurso que ganha corpo nas ciências sociais a partir do final dos anos 1970. O pós-moderno seria a condição humana contemporânea, apresentando-se claramente como dicotômica com relação à condição existencial do Homem moderno. Na discussão moderno/pós-moderno, diferentes autores apresentariam um olhar que coloca em contraste um ser humano cuja mobilidade sócio-espacial é maior do que a do Antigo Regime, mas menos fluida do que a atual condição sócio-histórica do ser humano. Mesmo para os autores que em alguma medida recuaram com relação ao termo pós-modernidade desde o final dos anos 1990, as atribuições a um estágio posterior da modernidade que indica alguma ruptura com relação à programática sociocultural moderna são claras: “modernidade líquida” (para Bauman), “modernidade tardia” (para Giddens e outros), “sobremodernidade” (para Augé), “hipermodernidade” (para Lipovetsky), “modernidade reflexiva” (para Beck). Em outras palavras: muitas são as denominações que demonstram a preocupação em identificar rupturas com o homem tipicamente moderno.

Neste sentido, pode-se afirmar que algum grau

de mudança deve ter havido, pois o pós-moderno, mesmo com todas as imprecisões conceituais cometidas, representa uma tentativa de compreender o “espírito do tempo presente” em um mundo no qual o processo de globalização se impõe como discurso ideológico vigente e como processo político-econômico dominante. Ainda que fatores ideológicos apareçam como base para um possível conceito de pós-modernidade, a preocupação com o trabalho, a produção, o consumo e outras noções conceituais fundamentais para se compreender os processos sociais no momento atual incorre em perceber como estas se adequam às novas dinâmicas em que as relações espaço-temporais apresentam diferenças se comparadas com o mundo (ou contexto) em que ocorreu a Revolução Industrial e a Revolução Francesa.

Desta forma, talvez a obra mais consistente no que se refere a uma análise com relação ao locus socio-histórico em que ocorre a percepção destas mudanças seja a de David Harvey. Mal traduzida como *Condição Pós-moderna* (HARVEY, 2006), seu título original em inglês é *The Condition of Postmodernity: an Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Se a tradução em Língua Portuguesa publicada no Brasil não rivaliza diretamente com a versão também em Português da obra seminal de Lyotard, *O pós-moderno*, os títulos originais das duas obras se opõem de forma objetiva. A obra de Lyotard, intitulada no original em francês *La Condition Postmoderne*³, apresenta um estudo sobre o estado atual (à época) das ciências naturais. A condição pós-moderna, enquanto título, permite certa mobilidade de sentido para o termo pós-moderno, de forma coerente com os jogos de linguagem apresentados por Lyotard como sendo constitutivos da ciência (LYOTARD, 2003). Já a “condição da pós-modernidade”, de Harvey, procura

analisar em que contexto sócio-histórico ocorre a mudança cultural entendida como pós-modernidade. Assim, Harvey apresenta um estudo que leva em conta a totalidade dos processos econômico-sociais, buscando entender em que medida a flexibilização das relações capitalistas de acúmulo se refletem em nossa sociabilidade. Trata-se de um livro denso e que discute mais as mudanças estruturais (ou melhor, a velocidade em que se reconfiguram estas estruturas) do ponto de vista econômico do que propriamente as mudanças socioculturais. Ainda assim, ao perceber que a contemporaneidade do mundo capitalista apresenta uma compressão do espaço/tempo desenvolvida a partir da aceleração dos fluxos das relações capitalistas, Harvey confirma que o seu reflexo na sociedade se faz sentir a partir de aspectos socioculturais que indicam uma nova sensibilidade/percepção do real.

Segundo Harvey (2006, p.7), “vem ocorrendo uma mudança abissal nas práticas culturais, bem como político-econômicas, desde mais ou menos 1972.” E o autor continua: “Essa mudança abissal está vinculada à emergência de novas maneiras dominantes pelas quais experimentamos o tempo e o espaço” (HARVEY, op. cit., p.7).

O livro de Harvey é dividido em quatro partes, dispostas a seguir: 1 – Passagem da modernidade à pós-modernidade na cultura contemporânea; 2 – A transformação político econômica do capitalismo do final do século XX; 3 – A experiência do espaço e do tempo; 4 – A condição pós-moderna. Se a primeira parte opera uma introdução ao assunto, discutindo esta transição cultural na contemporaneidade a partir de autores que trataram do tema anteriormente e de elementos estéticos e político-sociais que caracterizam a modernidade e que permitem discutir uma possível transição, a segunda parte se dedica a apresentar um vasto e denso panorama das transformações nas dinâmicas econômicas e nos

³ Como é notório, este livro foi publicado pela primeira vez em 1979.



circuitos do capital na segunda metade do século XX, em que os EUA se colocam como grande potência e uma sociedade de consumo passa a predominar como ideal sobre os aspectos produtivos, que vão sendo deslocados em termos espaciais para facilitar a aceleração do fluxo dos produtos e das finanças em caráter global. A noção de acumulação flexível e a alteração no movimento do capital em termos de um aumento significativo da velocidade dos ciclos são discutidas pelo autor como alguns dos elementos-chave para o entendimento das mudanças perceptivas com relação à contemporaneidade. Esta parte, calcada em uma crítica à economia política de viés marxiano (e também marxista) parece ser uma grande contribuição do livro em termos de situar o cenário no qual se desenrola o imaginário pós-moderno e seus desdobramentos. A terceira parte do livro se concentra em discutir a questão da experiência espaço-temporal na vida social, inclusive como fonte de poder. É nesta parte que o autor desenvolve mais detalhadamente o elemento mais original de seu livro: a compressão do tempo-espaço como elemento pertencente tanto ao modernismo quanto ao pós-modernismo. Ao discutir o cinema pós-moderno, ao final desta parte, Harvey analisa filmes como *Blade Runner* e *Asas do Desejo*, dos diretores Ridley Scott e Wim Wenders, respectivamente. Trata-se da parte menos objetiva do estudo, embora trace alguns paralelos possíveis entre o conteúdo e a forma estético/narrativa destes filmes e a sensibilidade pós-moderna. A quarta parte do livro, na qual o autor trataria da “condição pós-moderna”, embora muito interessante, é bastante curta, deixando ao leitor a impressão de uma obra inacabada. Serve, contudo, para apontar algumas pistas que podem direcionar outros estudos sobre o tema.

Ao analisar o que se supõe constituir a pós-modernidade, Harvey, logo na primeira parte do

livro, afirma que a pós-modernidade recusa todas as metanarrativas de legitimação do real. Assim, seu único vínculo objetivo e, portanto, passível de uma análise que não seja meramente subjetiva, é com a modernidade. O pós-moderno como conceito indica uma relação direta com o moderno e, portanto, Harvey se propõe a analisar a modernidade e o modernismo como processos que lançariam evidências sobre a pós-modernidade. Sobre o pensamento pós-moderno, Harvey afirma que “a fragmentação, a indeterminação e a intensa desconfiança de todos os discursos universais ou (para usar um termo favorito) ‘totalizantes’ são o marco do pensamento pós-moderno” (HARVEY, 2006, p. 19).

Deste modo, é interessante notar as relações que o autor traça com o caos fragmentado das metrópoles modernas, tal como anteriormente analisado por autores como Baudelaire e Simmel. Ainda assim, o discurso pós-moderno, segundo Harvey, encara este caos como fator positivo, da pluralidade do mundo, e não como decorrência de uma aceleração do movimento espaço-temporal da metrópole urbana como situação limítrofe no que se refere ao trânsito e habitação de um número acentuado de pessoas. Segundo Harvey (op. cit., p. 109),

o pós-modernismo também deve ser considerado algo que imita as práticas sociais, econômicas e políticas da sociedade. Mas, por imitar facetas distintas dessas práticas, apresenta-se com aparências bem variadas. A superposição, em tantos romances pós-modernos, de diferentes mundos entre os quais prevalece uma “alteridade” incomunicativa num espaço de coexistência tem uma estranha relação com a crescente favelização, enfraquecimento e isolamento da pobreza e das populações minoritárias no centro ampliado das cidades britânicas e norte-americanas.

Não é difícil ler um romance pós-moderno como um corte transversal metafórico das paisagens sociais em fragmentação, das subculturas e modos locais de comunicação de Londres, Chicago, Nova Iorque ou Los Angeles. Como a maioria dos indicadores sociais sugere um forte aumento da favelização real a partir de 1970, é proveitoso pensar a ficção pós-moderna como uma possível mimese desse fato.

Neste ponto, Harvey demonstra como, na esfera da arte, a percepção de uma sensibilidade pós-moderna começa a se delinear ainda nos anos 1970, principalmente na arquitetura e no urbanismo. Porém, ao comparar certos traços do modernismo e do pós-modernismo nas artes, Harvey conclui que não houve uma ruptura tão completa e que, na verdade, há mais continuidades do que rupturas entre a estética moderna e a pós-moderna. De qualquer modo, aponta diferenças e a questão da “colagem” na arquitetura, nas artes plásticas e no urbanismo pode ser relacionada com a produção de música contemporânea, onde a “colagem sonora” é algo que já está institucionalizado pela própria Indústria Cultural.

O livro de Lyotard, embora anterior e menos consistente no que se refere à densidade de sua análise estrutural a respeito dos processos econômicos, pode ser discutido e relacionado a esta sensibilidade pós-moderna. No que diz respeito à importância desta obra, trata-se do primeiro livro a operar uma análise do termo “pós-moderno” como condição sociocultural do ser humano na contemporaneidade e obter uma repercussão transcontinental significativa. Lyotard afirma que há uma deslegitimação das metanarrativas de forma a favorecer a eficácia performativa dos sistemas operacionais. O desenvolvimento tecnológico e a

cada vez mais indissociável relação entre pesquisa e mercado tornam a contemporaneidade um momento em que a relação verdadeiro/falso é menos importante do que a relação *input/output*, ou seja, a eficácia performativa substitui uma busca mais profunda pelo sentido da Verdade e outros ideais que direcionavam a filosofia iluminista que servia de base intelectual para o modernismo: “o critério da operatividade é tecnológico, não sendo pertinente para ajuizar do verdadeiro e do justo” (LYOTARD, 2003, p. 13).

O grande problema das considerações de Lyotard sobre o estatuto das ciências e, por extensão, sobre a condição humana na contemporaneidade é justamente a falta de um projeto (metanarrativa) ético-político que sustente a performatividade dos sistemas informáticos. A redução tecnicista ao mercado não é tão nova assim, embora encontrasse, até a segunda metade dos anos 1960, contrapontos discursivos no marxismo (enquanto método de análise sustentado por um projeto ético-político) na França, por exemplo. Não somente o livro de Lyotard, mas acontecimentos ocorridos principalmente nos anos 1980, como afirma Netto (2007), colocaram a questão da derrocada do marxismo e do discurso crítico progressista como uma grande vitória dos setores conservadores da sociedade globalizada. A ofensiva neoliberal juntamente com o fracasso das experiências do Socialismo Real compuseram uma conjuntura em que ganharam força os argumentos que sustentam o direcionamento filosófico/científico para um mundo da performatividade e dos sistemas telemáticos.

Ainda assim, no que diz respeito à argumentação de Lyotard, a consideração da sociedade como um conjunto de jogos de linguagem em disputa por sua validade é problemática, na medida em que torna ausente qualquer finalidade ético-política destes jogos de linguagem. Por outro lado, ajuda



a explicar, talvez, certa característica artística da pós-modernidade em colar sons e materiais sem a preocupação de criar obras radicalmente novas. A remodelagem, reconfiguração, remanipulação de elementos previamente utilizados em novas obras é algo que parece ter relação com a ideia de jogos de linguagem cujo critério é sua validade interna e o caráter de performance (impacto momentâneo) que a obra pode exercer sobre o público. Questões importantes do livro também são as do crescimento tecnológico e da relação de subordinação ao mercado, o que se vê na arte pós-moderna, embora a última característica não seja exatamente nova e a primeira tenha variado mais no que se refere às possibilidades que as tecnologias digitais trouxeram para os processos de concepção artística do que o uso em si mesmo de tecnologias de ponta na criação e reprodução artísticas.

Já o livro de Anderson (1999) traça um amplo histórico dos usos e aparições do termo “pós-modernidade” até o final dos anos 1990, em que o debate a respeito do conceito já estava instituído. Chega, inclusive, a comentar a questão da pós-modernidade como “lógica cultural correspondente à fase atual do capitalismo tardio”, baseando-se na conhecida obra de Jameson. Por acreditar que a contribuição de Jameson estabeleceu, no início dos anos 1980, as bases para o debate que se desenrolou nos anos subsequentes (ao se contrapor diretamente a algumas afirmações de Lyotard), Anderson procura analisar os aspectos mais importantes desta contribuição do autor citado. Ao discutir a obra de Jameson⁴, aponta cinco lances

4 Concorde-se aqui que a ausência de uma análise mais aprofundada sobre a obra de Jameson é lamentável. Porém, optou-se neste trabalho pela obra de Anderson (1999), visto que esta apresenta um bom resumo de questões importantes a respeito da obra de Jameson, além de estar ainda bastante atual. O próprio Jameson já escreveu outros livros voltando à questão do pós-moderno, de modo que não seria possível realizar no espaço deste artigo uma análise completa a respeito de seu trabalho.

importantes que este autor apresentou com relação à lógica cultural pós-moderna: 1 – Pós-modernidade como sinal cultural correspondente a mudanças objetivas na ordem econômica; 2 – A morte do sujeito e o “fim da História”; 3 – O pós-moderno nas artes (transições nas diferentes linguagens artísticas); 4 – O pós-moderno em termos geopolíticos (nivelamento cultural global e hegemonia do mercado norte-americano); 5 – A compreensão do pós-moderno como sistema (possibilidade de revalorização do processo dialético)⁵, (ANDERSON, 1999).

Trata-se, portanto, de um momento histórico em que a cultura apresenta modificações (em relação a uma acentuação de certos traços modernos) em termos de sensibilidade e concepção/realização estética. Além disso, uma percepção fragmentária do tempo e do espaço torna a memória um processo efêmero. Desde o estabelecimento de uma História do Tempo Presente e de um número acentuado de cursos profissionalizantes/universitários até a possibilidade de circular amplamente por espaços intraurbanos e intercontinentais (além de consumir produtos de diferentes partes do mundo, embora a proveniência destes produtos não seja tão diversa assim), o ser humano sente-se objetificado em sistemas de produção e consumo que englobam boa parte do mundo globalizado e certa efemeridade e tendência ao modismo em todos os setores da vida (desde aspectos relacionados à saúde até aspectos relacionados ao pensamento científico). Isto traz uma percepção muito instantânea do presente e do tempo memorial e as lacunas geracionais parecem

5 Pelas leituras que o autor deste trabalho vem fazendo a respeito do tema, a revalorização do processo dialético não é exatamente uma realidade tão difundida nos círculos acadêmicos atualmente, embora haja grupos de intelectuais que o valorizem (particularmente os marxistas). Neste sentido, a obra de Sokal e Bricmont (2010) é bastante interessante. Não apenas um método de análise está pouco valorizado, mas a própria noção de método tende a ficar confusa diante de alguns trabalhos acadêmicos pós-modernos, onde predomina uma espécie de relativismo absoluto diante do real.

se acentuar mais do que em um período anterior. Em todos os campos das artes, talvez com alguma exceção ao teatro e à dança (que não se modificaram de forma significativa, sendo ainda baseados, sobretudo, em movimentos corpóreos e na presença humana como intérprete e como espectador), há mudanças significativas: da literatura de ficção à música, passando principalmente pelas artes plásticas, uma nova arte começa a se estabelecer. Outro aspecto apontado por Anderson com relação à obra de Jameson é o deslocamento geopolítico do eixo econômico da Europa para os EUA, a partir do final da Segunda Guerra Mundial. Um mercado de consumo capitaneado pelos EUA, inclusive em termos de produtos midiáticos, ocasiona, segundo vários autores, uma homogeneização cultural, ou pelo menos, nivela a cultura e o gosto a partir de uma matriz cultural norte-americana. Com relação ao último aspecto citado por Anderson e à possibilidade de revalorização do processo dialético e do discurso crítico, trata-se de um ponto bastante discutível e que não será abordado neste trabalho.

Deste modo, pode-se dizer que, do ponto de vista de uma cultura pós-moderna, alguns aspectos devem ser destacados: 1) efemeridade dos discursos; 2) objetificação das relações sociais em uma lógica quase que puramente mercadológica; 3) uma pluralidade sem hierarquização em termos dicotômicos, uma aceitação dos discursos diversos, pelo menos na superfície das relações sociais; 4) uma sociedade em que a produção é legitimada cada vez mais em função do consumo; 5) o predomínio da reconfiguração sobre a construção.

E o que isto tem a ver com a música do nosso tempo?

A pós-modernidade na música

A tentativa de pensar a música do nosso tempo aplicando algumas características da conjuntura

pós-moderna à concepção, produção, difusão e recepção sonoras torna-se importante para uma análise de elementos estéticos desenvolvidos nesta mesma conjuntura. Pensar o funk carioca, o RAP, a cena eletrônica e outras formas de expressão/gêneros que se desenvolveram nos últimos quarenta anos pode se beneficiar desta análise.

Em primeiro lugar, uma reflexão séria sobre a música realizada desde a segunda metade do século XX precisa levar em conta o amplo desenvolvimento da indústria fonográfica. Neste sentido, o conceito de cadeia produtiva⁶ é bastante elucidativo em termos de se tentar estabelecer uma economia política da música.

Por mais que se possa e se deva pensar em outras possibilidades de produção e difusão sonoras, em certa medida (a não ser em raros contextos étnico-tradicionais, festas religiosas etc.), predomina como forma simbólica hegemônica a canção legitimada pela cadeia produtiva da música, notoriamente a canção massiva, sendo adequada a diferentes gêneros e estilos, conforme a situação do mercado e, claro, a criatividade e diferentes formas de assimilação dos setores de concepção musical (artistas, compositores).

A canção de massa é marcada por algumas características já analisadas por autores como Janotti Jr (2006; 2007). Segundo ele, “a noção de canção popular massiva está ligada aos encontros entre a cultura popular e os artefatos midiáticos” (JANOTTI JR., 2006).

Assim, sobre a canção massiva, pode-se afirmar que há uma modelagem em sua duração, ou formato de execução, sendo este um dos aspectos que mais chama a atenção ao se ouvir várias canções amplamente executadas em rádio. Não existe uma

⁶ Este conceito remete às relações de produção sistemática da música, tal como apresentado por Herschmann (2007) e Kischinhevsky (2007).



cronometragem e nem uma regra escrita em manual para os compositores, mas sabe-se que possuir entre três e quatro minutos facilita a execução da canção nos meios radiofônico e televisivo. A duração é curta, efêmera. Inclusive no que diz respeito à sua durabilidade nos meios de difusão massivos. A canção de massa nos afeta simbolicamente como qualquer outro elemento que faz parte de um sistema cultural estabelecido.

Porém, ao contrário de rituais pré-modernos (que utilizavam a música e em que havia a repetição), ela não é feita para durar. Esquecê-la, ou melhor, não levá-la a sério como um elemento único é o que abre espaço para reutilizar seus elementos em um novo produto. Artistas pop que frequentam as rádios com canções que podem ser enquadradas em uma estética massiva apresentam uma produção que, musicalmente, repete elementos sonoros. As canções vão se tornando parecidas e podem, inclusive, ser mixadas em sequência ou tocadas em shows seguidamente (o chamado *Medley* ou *pot-pourri*). Se, por um lado, a música pop enquanto enquadramento terminológico genérico para a canção massiva reprocessa diferentes elementos étnico-culturais dentro de um determinado formato, por outro torna viável que uma linguagem musical global (com forte apelo mercadológico) e predomínio do inglês como língua principal (mas não a única) se desenvolva ao longo da segunda metade do século XX. Os Beatles são uma espécie de marco inicial da transição entre canção popular e canção massiva, embora se possa entender como canções massivas, em alguma medida, as canções de jazz e outros ritmos analisadas por Adorno já no final dos anos 1930 e início dos anos 1940. O autor trata da questão de um formato ou fórmula estética que envolve duração temporal juntamente com certos aspectos melódico-harmônicos, tornando mais assimilável a escuta sonora destas canções e transformando a

música radiofônica já da primeira metade do século XX, em países como o EUA, em uma forma sonora estandardizada, padronizada.

Adorno, em sua análise da regressão auditiva a partir da escuta de músicas radiofônicas (ADORNO, 1997), demonstra o quanto os padrões comerciais, ou seja, os aspectos extrínsecos à forma estética *per se* passam a ser importantes para a concepção, produção, difusão e recepção de canções no rádio, o que vai aos poucos estabelecendo um padrão de música para o século XX. Não há aqui a pretensão de discutir o caráter elitista e mesmo um tanto preconceituoso de Adorno com relação ao rádio e à música popular do século XX. Um termo como “música séria” usado por ele para diferenciar a música erudita da canção popular demonstra um olhar um tanto fechado do ponto de vista estético para uma análise mais abrangente de uma determinada forma estética que não surgiu simplesmente através do rádio, embora tenha claramente se modificado por conta de sua relação difusional através deste meio (e posteriormente através da televisão).

Ainda assim, Adorno antecipa em algumas décadas a análise da estandardização da canção popular em elemento massivo. O autor não utiliza tanto o termo canção de massa devido ao mesmo fato que fez com que ele tenha definido posteriormente junto com Horkheimer o conceito de Indústria Cultural. A cultura de massa, segundo os autores, não brota das massas, mas é direcionada a elas por setores detentores dos meios de produção e difusão culturais. Assim, dentro de um viés marxista, estes autores substituem o termo “cultura de massa” por “indústria cultural”, no sentido de: 1) atestar o caráter de produção em série dos bens culturais no século XX; 2) atestar o caráter padronizado destes mesmos bens; 3) confirmar a divisão da mão-de-obra no que se refere à produção e difusão destes bens; e 4) inserir sociologicamente estes bens em

uma esfera de produção industrial e consumo capitalista característica de um determinado momento histórico, mas não de toda a história dos bens culturais (HORKHEIMER e ADORNO, 1985).

A estandardização apontada por Adorno é bastante característica do que se desenvolve na canção popular radiofônica a partir dos Beatles e de uma cultura jovem que se torna elemento estético/mercadológico, sobretudo, após os anos 1960. Beatriz Sarlo, no livro *Cenas da vida pós-moderna* (SARLO, 2004), ao discutir a importância do crescimento da juventude como mercado e a importância que ser jovem passou a ter simbolicamente na cultura contemporânea, apresenta os anos 1960 como anos primordiais para o entendimento deste processo. Como a autora mesmo aponta, “hoje a juventude é mais prestigiosa do que nunca, como convém a culturas que passaram pela desestabilização dos princípios hierárquicos” (SARLO, op. cit., p.39). Isto está diretamente relacionado, segundo a autora, ao momento pós-moderno em que o mercado capitalista está em todas as esferas da vida social, da arte à saúde e à estética corporal. Uma sociedade de consumo é uma sociedade que, pela própria velocidade de renovação dos produtos, passa a privilegiar simbolicamente a juventude como processo de inovação e renovação constantes. Muitos querem ser jovens por mais tempo, pelo tempo que puderem. A juventude, em certa medida, representa a efemeridade, a ausência de laços e responsabilidades mais duradouras (SARLO, op. cit.).

Deste modo, a efemeridade é algo que está diretamente ligado a música em uma conjuntura pós-moderna. A velocidade com que os produtos musicais vão sendo colocados no mercado e transmitidos através dos meios de comunicação de massa é impressionante, cada vez mais veloz e até mesmo o termo *flashback*, que significa uma

momentânea, instantânea (*flash*) volta ao passado (*back*) indicava há quinze anos uma canção com certo tempo de distanciamento. Atualmente, um programa de *flashbacks* toca canções que foram amplamente executadas nas rádios no ano anterior. A velocidade dos processos envolvidos na cadeia produtiva da música é mais alta atualmente do que há 50 anos, característica apontada nos principais discursos teóricos sobre a conjuntura pós-moderna.

Além disso, o elemento rítmico (afro-descendente ou não) está presente nos principais gêneros difundidos a partir dos anos 1950, como o rock, o funk norte-americano, os gêneros eletrônicos. A percepção estética é deslocada de um desenvolvimento linear da peça erudita para o aspecto circular da canção popular que volta aos mesmos trechos com frequência. A repetição no sentido de levar a um transe que, se não é tribal ou meramente uma volta ao aspecto tribal da música do período ritual/sacrificial (WISNIK, 1989), remete a este tipo de formação. Há até uma célebre obra de Michel Maffesoli, *O tempo das tribos*, que aponta para este fato, desenvolvendo um argumento de que vivemos em um tempo de tribos urbanas.

O aspecto rítmico envolve também o uso acentuado do corpo na percepção estética da música da segunda metade do século XX. Se entre os séculos XVII e XIX a Europa construiu inúmeras câmaras de concerto (e anteriormente catedrais) com boa formação acústica, pois eram planejadas para a mais perfeita propagação das obras musicais eruditas (ou sacras), a segunda metade do século XX construiu danceterias e boates em que, ao vivo ou tocadas de maneira mecânica/eletrônica, a música serviu para que os corpos suassem enquanto da apreciação estética. Talvez o termo “experiência” estética seja melhor para se aplicar aqui do que os termos “apreciação” ou “contemplação” estética. Assim como afirma John Dewey (2005), já na primeira



metade do século XX, a arte pode ser compreendida como uma experiência que envolve o artista, a obra e o público ou audiência. Música e teatro são duas das formas artísticas que necessitam de uma experiência estética em que público e artistas estão envolvidos simultaneamente. Com relação à música tocada em sistemas de som, o artista não está necessariamente presente, mas outras figuras podem inclusive ocupar o seu lugar, como os DJs.

Que a música envolvendo a corporeidade é algo que remete à pós-modernidade, não se pode afirmar de modo definitivo. Porém, o sociólogo Zygmunt Bauman aponta, em seu livro *Modernidade Líquida* (BAUMAN, 2001) que a relação com o corpo é algo muito importante na cultura contemporânea. Se a efemeridade e a fragmentação tomam conta dos produtos industrializados e do espaço urbano das grandes metrópoles, o corpo passa a ser o escudo mais sólido e duradouro que alguém pode encontrar na atualidade. A duração do nosso corpo coincide com a nossa existência, e as preocupações com a saúde e a estética corporais nunca foram tantas (BAUMAN, 2001).

Assim, a música pós-moderna não deixa somente a sala de concerto para adentrar as periferias e ressignificar a canção ou formas musicais populares, como muito se afirma a respeito do RAP (KELLNER, 2001; NEGUS, 2005). A música em uma conjuntura pós-moderna é música para dançar ou para envolver o corpo como um todo, em boa parte do que é difundido e dos gêneros que surgiram a partir da segunda metade do século XX.

Com relação à fragmentação, se a obra símbolo da modernidade, a música erudita ocidental, era desenvolvida na composição e na execução para formar um todo coerente e movimentado, a música em uma conjuntura pós-moderna é extremamente fragmentária. Se Adorno já havia dito no texto citado anteriormente (ADORNO, 1997) que se poderia

trocar as partes de canções radiofônicas sem grandes prejuízos para o todo, isto só se acentuou com o desenrolar do século XX. A tecnologia digital e mesmo os toca-discos analógicos começaram a permitir que se bricolasse música de maneira a misturar diferentes elementos musicais de canções diferentes em novas obras singulares. Não cabe aqui discutir em que nível se dá esta singularidade, mas o fato é que a estética pós-moderna, assim como nas artes plásticas, faz da música um elemento cujo novo é uma forma de reciclagem. A sociedade do espetáculo está agora remixada...

A colagem de materiais sonoros em novas canções ou obras musicais é algo que se pode discutir mais profundamente com diversos exemplos. Aqui, cabe apenas apontar esta característica, com a qual se constituem musicalmente gêneros atualmente bastante difundidos midiaticamente, comercialmente e em eventos sociais, tais como: o RAP, a música eletrônica, o funk carioca.

O RAP, por exemplo, tornou-se um elemento comercial difundido em boa parte do mundo (pelo menos o mundo ocidental com influência comercial/cultural norte-americana) devido a sua mistura com canções de rádio que foram amplamente difundidas em anos anteriores. Uma canção dos anos 1980 volta às rádios 15 anos depois, através de seu refrão ou arranjo de baixo remodelados para servir de base a um novo discurso (ou letra).

A pluralidade de discursos que podem ser enquadrados como jogos de linguagem, à maneira de Lyotard (op. cit.), também constitui uma das mais importantes características que possibilitam uma articulação entre a conjuntura pós-moderna e a música produzida e difundida na contemporaneidade. Além da cadeia produtiva que se configura como indústria fonográfica, o que certamente é ainda um desenvolvimento da moderna concepção de mundo, pois a reprodutibilidade técnica da obra de arte

analisada por Benjamin (1994) ou a indústria cultural definida por Horkheimer e Adorno (1985) são análises mais ou menos críticas da modernidade. Neste sentido, não há, de fato, uma visão que se possa apontar para uma conjuntura pós-moderna nestes textos citados. A transição que ocorrerá na segunda metade do século XX encontrará não no surgimento e desenvolvimento da indústria fonográfica um de seus fatores de legitimação, mas esta transição cultural ocasionou interferências nos negócios e processos operados pela indústria do disco. De algumas décadas para cá, a pluralidade de discursos ou jogos de linguagem que se desdobra em cursos acadêmicos cada vez mais especializados, como aparece na obra de Lyotard, dialoga com a indústria fonográfica no sentido de criar novas possibilidades (mais ou menos articuladas com as *majors*⁷, dependendo do caso a ser analisado) em menor escala e usando diferentes canais de difusão para suas obras. Além da cadeia produtiva propriamente dita, pode-se perceber que a contemporaneidade do som abriga diferentes cenas locais e circuitos de produção cuja institucionalidade e sistematicidade são menores do que a de uma cadeia produtiva, embora, em alguns casos, estes circuitos possam dialogar diretamente com a mesma.

Esta pluralidade se desdobra em circuitos oficiais e não-oficiais (ou paralelos). Assim, trata-se de considerar como desdobramentos fonográficos de uma conjuntura pós-moderna: a) a música independente (pois o que a caracteriza não é nenhum elemento estético intrínseco à obra em si, mas certa relação fonográfica alternativa com circuitos de produção que não pertencem à cadeia produtiva da música); b) o mercado paralelo ou pirata. Se ambos são circuitos ou conjuntos de circuitos de produção ligados a cenas com maior grau de localidade e

menor grau de globalidade, só podem se constituir de fato pelo amplo desenvolvimento tecnológico, algo que também é uma característica pós-moderna. Um certo tipo de tecnologia, mais especificamente a informatização da produção, é o que possibilita uma velocidade, um volume e um grau de manipulação sobre as obras fonográficas que supera em muito as possibilidades existentes na época (anos 1930) em que Walter Benjamin escreveu seu texto clássico (no que se refere à música). A tecnologia digital aplicada aos processos de produção sonora permite que a fragmentação pós-moderna atinja a concepção (canções ou músicas bricoladas), a produção (música eletrônica de forte apelo rítmico), a difusão (circuitos independentes ou paralelos), além da recepção de música na contemporaneidade (diferentes dispositivos e suportes materiais que possibilitam a escuta de música gravada).

Música efêmera, mercadologicamente formatada, com forte componente rítmico, fragmentária: a música pós-moderna aponta para um cenário em que a própria discussão sobre o “fim da canção” tal como a entendemos (em termos de forma ou mesmo formato estético) passa a ser um objeto relevante. Um gênero surgido nesta conjuntura é o funk carioca.

Funk carioca como gênero musical pós-moderno

O funk carioca pode ser enquadrado como gênero musical componente de uma conjuntura pós-moderna. Assim como o RAP e outros ritmos de caráter eletrônico, o funk depende da tecnologia fonográfica para existir. O que se chama comumente de funk carioca é um desdobramento do *miami bass* norte-americano, misturado a outros elementos locais. Em princípio, as batidas eram todas importadas, como o *volt mix*, o que significa que o funk carioca se constitui como elemento transnacional (HERSCHMANN, 2005), fruto de

7 Grandes empresas transnacionais componentes da indústria fonográfica.



desterritorializações e reterritorializações sonoras (SÁ, 2007; 2008). Alguns DJs viajavam para Miami (ou encomendavam a amigos) os discos (ainda em vinil) que estavam na moda, a partir de meados dos anos 1980 (ESSINGER, 2005; VIANNA, 1997).

Portanto, como gênero, o funk foi importado. Inclusive, o nome funk também é proveniente de outro gênero norte-americano, homônimo (SHUSTERMAN, 1998). Com relação ao que se pode depreender disto é que a colagem está no funk carioca desde a sua origem, pois se trata de um gênero nomeado a partir de ritmo que balançava os bailes de subúrbio nos anos 1970, promovidos por algumas equipes de som que atuam até hoje nos circuitos de produção e difusão do funk carioca. Se o funk norte-americano é considerado uma variação afro-descendente (ou música negra) do rock, ou ainda uma mistura do rock com o soul negro dos anos 1960, seu homônimo carioca era mais próximo, quando as músicas foram sendo compostas em Português, já na transição para os anos 1990, do *miami bass*. Ou seja, nome de um gênero elétrico tocado nos anos 1970, com forte componente estético de origem negra, aliado às batidas de um gênero norte-americano tocado nos anos 1980, com forte componente estético de origem latina (já em um contexto eletrônico de ampla hibridização estética).

O que se tem ouvido nos últimos anos da atual década muito pouco tem a ver com a primeira geração de compositores do funk carioca. Se as letras românticas e politizadas (conhecidas como *funk melody*) eram as mais frequentes à época (anos 1990), circulam agora muitas canções pornográficas e de apologia ao narcotráfico, os chamados *proibições*. Também se está estabelecendo todo um circuito de produção de funks de louvor, ou evangélicos, cujas letras remetem a trechos bíblicos.

A respeito da efemeridade, o funk carioca parece enquadrar-se à conjuntura pós-moderna

ao apontar para a cidade do Rio de Janeiro como uma espécie de instantâneo dos acontecimentos ocorridos no presente. Muitas letras não se pretendem duradouras e a poesia funkeira, embora haja exceções (principalmente no chamado funk consciente e em alguns funks românticos), em geral, é pobre. Não apenas espelha a pobreza da cidade em termos de discurso, mas em termos da ausência de um rebuscamento dos artifícios estéticos em sua concepção. A escolaridade de muitos funkeiros não é alta, se comparada a grandes expoentes da MPB e do samba atual. Ainda assim, segundo pesquisa recente da FGV⁸ sobre os circuitos de produção do funk carioca, os funkeiros em média possuem escolaridade maior do que a dos ambulantes⁹. O funk da atualidade, como música, não parece ser elaborado com o intuito de durar no tempo e o aspecto da efemeridade ainda é cedo (do ponto de vista histórico) para se comprovar. As canções de funk carioca da primeira geração são consideradas “clássicos” deste gênero, apesar de possuírem entre 12 e 22 anos, na maior parte dos casos.

Do ponto de vista da percepção estética com forte componente rítmico, o funk carioca atende a uma tendência de valorização do impacto sonoro, seja pelo ritmo, seja pelos altos volumes com que normalmente é executado. Não muito diferente de outros ritmos da segunda metade do século XX, embora as batidas atuais do funk carioca remetam a uma cultura negra urbana com similaridades às características locais do Rio de Janeiro. O tamborzão, espécie de batida básica principal do funk atual, baseada em tambores africanos, lembra em alguma medida batidas de samba, mas possui,

8 A pesquisa pode ser acessada em: <http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/fgvopiniao/Configurações%20do%20mercado%20do%20funk%20no%20Rio%20de%20Janeiro%20-%20FGV%20Opinião.pdf>. última consulta em 21/03/2011.

9 Vendedores informais, normalmente conhecidos como “camelôs”.

também: 1) a agressividade dos contextos urbanos marcados pela pobreza e pela precariedade, possuindo inclusive certo aspecto marcial, como um tambor de guerra; 2) uma batida menos cadenciada do que os gêneros negros tocados acusticamente, pois uma característica marcante da música eletrônica é enquadrar de modo sistematicamente simétrico a repetição das batidas, que só variam de andamento se o DJ quiser (acelerando as BPM¹⁰); 3) a influência de ritmos usados em religiões afro-descendentes, como o candomblé.

Em termos corporais, o funk é tão “dono do corpo” quanto o samba (SODRÉ, 1998), embora hoje não estejam tão acentuadas as características dançantes em termos de variação dos passos. O funk já não impressiona tanto pela habilidade de seus dançarinos, coisa que o samba faz em qualquer ensaio preparatório de grandes escolas e agremiações para o carnaval, por exemplo. Ao contrário do exímio passista que é o sambista nativo da comunidade (neste caso, quase sempre esta comunidade representa uma favela), o funk vem deixando este aspecto da dança um tanto de lado no que se refere à habilidade dos dançarinos. Os bailes dos anos 1970 e 1980, neste sentido, eram mais impressionantes. Porém, a sensualidade e a sexualidade são aspectos cruciais para se compreender o funk carioca. Se um jovem não gosta de rebolar ou dançar de forma sensual com sua namorada, dificilmente poderá gostar do funk esteticamente. Trata-se de música para sentir na pista, no baile, música que ocasiona um transe efêmero, que dura somente o tempo da música ou sequência de músicas. Não se trata de música pudica ou comportada dentro dos padrões ocidentais mais tradicionais, mesmo modernos, e as roupas coladas das dançarinas e frequentadoras de bailes ou danceterias que tocam este gênero de

música atestam seu caráter sexual. O funk é uma descarga emocional com alto teor de sensualidade/sexualidade.

Com relação ao aspecto fragmentário, o funk carioca possui bricolagem em uma parte significativa de sua produção. Embora surja quase sempre de melodias cantadas sobre uma batida eletrônica, sem grandes arranjos e com aspecto sonoro bem rudimentar, o funk que passa a ser divulgado pelos principais empresários do gênero (Marlboro, da Big Mix, e Rômulo Costa, da Furacão 2000, são ainda os grandes representantes deste segmento nos circuitos de produção funkeiros) recebe um tratamento sonoro (em termos fonográficos) que inclui teclados e outros instrumentos. Os arranjos neste caso podem até se constituir como mais elaborados, mas a própria concepção do funk através dos hábitos envolvidos na criação cotidiana dos MCs aponta para uma precariedade em termos de conhecimento musical a respeito de vários instrumentos e ferramentas. Usando uma batida gravada em casa, ou até mesmo somente a partir de sua voz, o funkeiro compositor elabora melodias que tem como sólida base as batidas, o ritmo contagiante. Em alguns casos, a letra também supera os aspectos melódico/harmônicos e constitui canções que podem até ser classificadas como massivas (as da primeira geração, por exemplo).

Porém, se desde os anos 1990, certa precariedade ou crueza estética esteve atrelada ao funk carioca como gênero (devido aos aspectos sócio-históricos de sua cena local), este desvio com relação a outros gêneros que se pretendem radiofônicos levou a um acentuado uso do funk como elemento estético que exerce grande força nos bailes, mas cuja apreciação pode ser difícil para quem não vive aquela cena diretamente (inclusive uma parte significativa dos setores médios da população do Rio de Janeiro). Não há um desenvolvimento melódico/harmônico

10 Batidas por Minuto, no jargão dos DJs (ASSEF, 2008).



em boa parte da produção funkeira da atualidade, principalmente nos funks pornográficos, de apologia ao narcotráfico ou nos funks *non sense*.

Esta última categoria talvez seja a mais interessante de se analisar ao elaborar esta articulação entre o funk como gênero e a conjuntura pós-moderna. No final dos anos 1990, alguns CDs oficiais de equipes de som relacionadas aos circuitos de produção do funk carioca eram repletos das chamadas montagens: as batidas de funk eram usadas como base para colagens sonoras de conteúdos previamente gravados. Poderia ser a fala de um funkeiro no baile, uma fala retirada de um filme ou programa de televisão etc. Eram funks que não possuíam sentido linear em suas letras, nem mesmo letras propriamente. Estas músicas constituíam um exercício estético dos DJs, que usavam sua habilidade para tornar musicais certos trechos sonoros que não haviam sido concebidos inicialmente com esta finalidade. A bricolagem era constitutiva deste tipo de música. O mais impressionante é que, passados cerca de dez anos, alguns compositores do funk carioca começaram a usar os efeitos estéticos da montagem ao compor suas músicas. Destas, os funks de MC Tévez e MC Buffalo Bill¹¹ se destacam, por serem músicas que tocaram em uma emissora oficial de rádio no ano de 2008 e que também não possuem uma letra linear. Repetem o mesmo trecho sistematicamente e não possuem exatamente características do que se convencionou chamar de canção massiva. Composições que se sustentam como jogos de linguagem, inclusive considerando aqui como linguagem os signos musicais.

Ainda é cedo para concluir o que isto significa,

11 "Pam pam", de MC Tevez (que pode ser acessado em: <http://letras.terra.com.br/mc-tevez/1440458/>, última consulta em 21/03/2011) e a montagem Buffalo Bill Bonde do Rinoceronte (cuja letra e a música podem ser acessadas em: <http://letras.terra.com.br/mc-bill/1400098/>, última consulta em 21/03/2011).

mas um excesso de signos acoplado à simulação tecnológica que permeia vários setores da vida social, principalmente a indústria do entretenimento (incluindo aí a indústria fonográfica), vem gerando desdobramentos diversos na conjuntura pós-moderna, no que se refere a uma sensibilidade própria do nosso tempo. O funk carioca poderia ser incluído, dentre outros, nos gêneros musicais que se enquadram neste cenário, constituindo evidências concretas para uma análise desta mesma conjuntura em diversos de seus aspectos.

Considerações Finais: funk carioca como evidência pós-moderna

É difícil colocar aqui um ponto final, visto que esta análise pode ainda se desdobrar por muitos textos. O que se conclui das obras bibliográficas estudadas é que há uma percepção ou sensibilidade que pode ser considerada pós-moderna (ou mesmo anti-moderna). Algumas destas características foram apontadas na primeira seção e podem ser entendidas como fruto de uma alteração na sociabilidade decorrente de uma aceleração nos circuitos do capital e nas relações econômicas. Sócio-historicamente, trata-se de um período que exige ainda uma análise detalhada, pois esta nova sensibilidade parece ainda ter muito a dizer (ou sobre o que se escrever).

Se é nos aspectos culturais que o sentimento pós-moderno parece estar mais evidenciado, a música e sua cadeia produtiva certamente demonstram estes reflexos. A tentativa de articular na segunda seção as características da música do nosso tempo com as anteriormente apontadas como características da conjunção pós-moderna mostram que, nos processos musicais, o que ocorre é um reflexo desta nova sensibilidade, principalmente nos gêneros e cenas surgidos em contextos urbanos de grande porte a partir dos anos 1970.

Deste modo, o funk carioca se enquadra nesta conjuntura e parece evidenciar muitas destas características, constituindo um elemento pós-moderno cuja estética fragmentária, efêmera, tecnológica e bricolada apresenta um panorama das relações socioculturais pós-modernas. É preciso ainda, para complementar esta análise: 1) analisar diversas letras das diferentes vertentes temáticas do funk carioca (incluindo o non sense) para uma discussão sobre o discurso esteticamente elaborado pelos compositores do funk carioca; 2) relacionar esta estética mais fortemente à cena local carioca (e fluminense), no sentido de articular as evidências da cena na música.

Uma coisa é certa: a “canção” ou mesmo a “música”, em sentido moderno, não dizem muito a respeito do funk carioca. É na pós-modernidade como conjuntura que se encontram os elementos explicativos para uma análise estética que possibilite uma reflexão que, juntamente com aspectos econômicos de sua circulação, possa representar uma totalidade com relação a este objeto de estudo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. “Sobre música popular”. In: COHN, Gabriel (org.). Sociologia. São Paulo: Ed. Ática, 1997, p. 115-146 (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

ANDERSON, Perry. As origens da pós-modernidade. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

ASSEF, Claudia. Todo DJ já sambou: a história do disc-jôquei no Brasil. 2ª ed. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.” In: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994 (Obras escolhidas; v. 1), p.165-196.

DEWEY, John. Art as experience. New York, USA: Penguin Books (USA), 2005.

ESSINGER, Silvio. Batidão: uma história do funk. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2005.

HARVEY, David. Condição pós-moderna. São Paulo: Ed. Loyola, 2006.

HERSCHMANN, Micael. O funk e o hip-hop invadem a cena. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

_____. Lapa, cidade da música: desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

JANOTTI JR., 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”. In: UNIrevista, Vol. 1, número 3, julho de 2006.

_____. Música popular massiva e comunicação: um universo particular. In: Anais do VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação (NP Comunicação e Culturas Urbanas) do XXX Congresso Brasileiro de Ciências em Comunicação, 2007, Santos, SP.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia – estudos culturais:



identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E-papers Ed., 2007.

LYOTARD, Jean-François. A condição pós-moderna. Lisboa: Ed. Gradiva, 2003 (Coleção Trajectos).

NEGUS, Keith. Music genres and corporate cultures. New York, US: Routledge, 2005.

NETTO, José Paulo. Crise do socialismo e ofensiva neoliberal. – 4ª ed. – São Paulo: Cortez ed. 2007 (Coleção Questões da Nossa Época; v. 20).

SÁ, Simone Pereira de. Funk carioca: música eletrônica popular brasileira?! In: Anais do XVI COMPÓS, UTP, 2007, Curitiba, PR. GT Mídia e Entretenimento.

_____. Som de preto, de proibição e tchuchucas: o Rio de Janeiro nas pistas do funk carioca. In: Anais do II Simpósio Espaços Urbanos na Comunicação Contemporânea, PPGCOM UFPE, 2008, Recife, PE.

SARLO, Beatriz. Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina. Trad. Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

SHUSTERMAN, Richard. Vivendo a arte: o pensamento pragmatista e a estética popular. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1998.

SODRÉ, Muniz. Samba, o dono do corpo. – 2ª ed. – Rio de Janeiro: Mauad Ed., 1998.

SOKAL, Alan; BRICMONT, Jean. Imposturas intelectuais. Trad. Max Altman. – 4ª ed. – Rio de Janeiro: Ed. Record, 2010.

VIANNA, Hermano. O mundo funk carioca. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS

Asas do desejo (Der Himmel über Berlin). WENDERS, Win. França-Alemanha, 1987, 127 minutos.

Blade Runner, o caçador de Andróides (Blade Runner). SCOTT, Rindley. Estados Unidos, 1982, 118 minutos.

Por uma Economia Política do Funk Carioca - Notas sobre a teoria pós-moderna e seus desdobramentos na música popular
Pablo Laignier

Data do Envio: 21 de março de 2011.
Data do aceite: 19 de maio de 2011.





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 “ecléticas”, “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. Edição06/09-2006, 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.





VideoSongs da banda Pomplamoose: o que você vê é o que você ouve

Pomplamoose's VideoSongs: what you see is what you hear

Marcelo Bergamin Conter¹ e
Alexandre Rocha da Silva²

RESUMO A música como protagonista na produção de sentido em vídeos para a *web* desempenha duas funções: uma estruturante – a que denominamos imagem-música e que oferece as diretrizes a partir das quais se tornam possíveis as relações entre imagem e música –, e outra constituinte – que deve ser compreendida em suas relações de interdependência com as demais linguagens que compõem o vídeo para a *web*. Foram analisados vídeos compostos por imagens que antes não eram musicais, mas quando mixados, se transformam, através de uma intensa edição das trilhas sonora e visual, em músicas: os *VideoSongs* de Jack Conte. Para reconhecermos este duplo estatuto, compreendemos a música como uma virtualidade (nos termos de Bergson), capaz de se atualizar, através da aplicação de suas estruturas, em todos os elementos do audiovisual.

PALAVRAS-CHAVE *VideoSong*; audiovisual; música; *web*; imagem-música..

ABSTRACT Music, as protagonist of sense production on web videos, plays two roles: one structural – which we denominate image-music, and offers directions that make possible relations between image and music –, and other constitutional – that should be understood in your interdependent relations with all of the others languages that compose web videos. The article analyses videos composed of images that had no musical characteristics, but when mixed, are transformed, through an intense edition of visual and sound tracks, into music: the *VideoSongs* composed by Jack Conte. To recognize this double state, we comprehend music as a virtuality (in Bergson's therms), able to actualize itself, through the application of its structures, in every single audiovisual's elements.

KEYWORDS *VideoSong*; audiovisual; music; web; image-music..

1 Mestrando em Comunicação E Informação pela UFRGS/RS/BR. Email: bconter@gmail.com.

2 Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e informação da UFRGS/RS/BR arsocha@gmail.com.

A pesar de ser o espaço por excelência da música na televisão – tanto para o olhar da indústria fonográfica quanto para a pesquisa acadêmica –, o videoclipe televisivo parece ter contribuído muito mais para o desenvolvimento do audiovisual propriamente dito do que para a música. Historicamente, ele é estudado como um gênero televisivo, produto de diretores de cinema e vídeo que fazem avançar as estéticas e técnicas audiovisuais através da experimentação em videoclipe. Ainda que se reconheça que o videoclipe é definido também em função da maneira como se conecta com a indústria fonográfica, com a televisão e com publicidade musical, o que emerge dessas análises são elementos como a descontinuidade (Machado, 2001), a narratividade (Coelho, 2003), a desarmonia (Soares, 2004), termos usados mais para compreender aspectos visuais do videoclipe do que sonoros ou musicais. Björnberg, um dos críticos desse pensamento, ressalta que “a atenção de escritores e acadêmicos pode ser resumido na quebra de linearidade narrativa, de lógica casual e da coerência temporal e espacial” (2000: 348, tradução nossa). Mas todas essas ideias, ressaltamos, se prendem especialmente aos fenômenos visuais.

Em contraponto a essa tendência de encarar o videoclipe como um fenômeno mais visual do que musical, as canções nele utilizadas dificilmente nascem em um contexto audiovisual; nascem da garagem, do gueto, das *raves*, de conservatórios, do uso de drogas, de festas, de estúdios. Mas não nascem *dentro de um pensamento* ou *a partir de um audiovisual*. O videoclipe sobrepõe imagens visuais por cima da música (que se manifesta exclusivamente na trilha sonora), sobrepõe estéticas de vanguarda por sobre canções populares bem conservadoras em termos estruturais. Desse encontro de uma videoarte à frente do tempo com músicas por vezes

redundantes em sua estrutura³, emergem relações que passam a ser mais entre a trilha visual e a trilha sonora do que entre o audiovisual como um todo (seus elementos visuais e sonoros) e a música. Esta, por sua vez, é tomada de assalto e diminuída no seu poder de diferenciar-se de si e de provocar uma diferença no audiovisual – ela entra e sai do videoclipe sem ser afetada, que a absorve para poder fazer avançar as estéticas do audiovisual, o que talvez explique porque, para muitos estudiosos, ele é um gênero *televisivo*, mesmo que permeando os suportes audiovisuais desde sua gênese.

Como consequência da popularização de *hardwares* e *softwares* de captura e edição audiovisual e com o surgimento de portais de vídeo como o YouTube na última década, os músicos independentes não precisam mais de apoio da indústria fonográfica para publicizar músicas e produzir vídeos. Uma enxurrada de amadores em seus quartos tocando ukuleles, banjos e outros instrumentos diante de suas *web cams* assolou a *web* e as práticas tradicionais das grandes indústrias fonográficas.

Uma parcela relevante destes vídeos vem apresentando músicas de maneiras bem diferentes daquela antiga lógica do videoclipe. É o caso da série de vídeos de paródia *Shreds*⁴, do finlandês Santeri Ojala, que substituiu o áudio de solos de guitarristas famosos por uma performance ingênua, simulando como se não soubesse tocar, mimetizando os movimentos de mão e palhetada dos músicos dos vídeos, mas tocando notas erradas. É também o caso dos remixes de reportagens de pessoas bêbadas, convertidos em música na edição de suas falas para que se sincronizem com um ritmo

3 Parece um dos maiores desafios da canção popular fugir da estrutura “introdução-verso-ponte-refrão-verso-ponte-refrão-solo-final”.

4 Disponível em <<http://www.stsanders.com/www/pages/videos.php>>. Acesso em: 23 mar. 2011.



de funk carioca: o vídeo *MC Jeremias*⁵ é referência nisso. E ainda o da série de vídeos *Auto-Tune the News*⁶, em que as vozes de apresentadores de jornais televisivos são sintetizadas com um afinador digital fazendo com que cantem uma música. O que acontece é que, de vídeos que antes não eram musicais, surgem, através de uma intensa edição e manipulação tanto da trilha sonora como da visual, músicas. Entendemos que estes casos e tantos outros compõem um novo panorama para a música em audiovisuais. Agora é ela que passa a ser estruturante da produção de sentidos.

Esse movimento começa a tomar forma em novembro de 2006 com Lasse Gjersten, um então desconhecido sueco de 22 anos, que concebeu o vídeo *Amateur*⁷. Ele se registrou em vídeo sentado diante de bateria e piano, tocando apenas uma vez e isoladamente peças e teclas de cada instrumento. Num editor eletrônico de vídeo, ele lançou na linha do tempo as batidas da bateria de modo a compor ritmos (*Frame 1*), e depois repetiu o procedimento com o piano, dividindo a tela em duas molduras e mostrando ambos os instrumentos sendo tocados por ele, em simultâneo (*Frame 2*). Cada batida ou nota é um plano, e ao se repetirem, é também a repetição desse mesmo plano. Temos como resultado na trilha sonora uma música com fluxo contínuo, mas na trilha da imagem uma descontinuidade enorme,

5 Um videasta brasileiro anônimo editou tomadas audiovisuais de um jovem bêbado gritando no programa de televisão brasileira *Sem Meias Palavras*, da emissora SBT, e as transformou em um funk carioca. Pioneiro no YouTube (datado de fevereiro de 2006), foi visualizado em torno de quatro milhões de vezes. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Myt9GTT7Gk0>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

6 Disponível em <<http://www.barelypolitical.com/autotune>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

7 Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=JzqumbhfxRo>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

pela repetição incessante de *jump cuts*⁸.



Reconhecemos nas células audiovisuais que o compõem um processo de montagem que se espelha à produção de música eletrônica, onde a parte instrumental é elaborada através de amostras sonoras, chamadas de *samplers*: sons autônomos que, ao serem colocados em *loop* ou em relação sincrônica ou diacrônica com outros *samplers* são capazes de produzir ritmos, harmonias, melodias; enfim, de produzir música. Quando Gjersten cria amostras que são a um tempo sonoras e visuais, ele está impondo um método de composição musical à composição audiovisual. O instrumento musical aqui não é a bateria ou o piano, mas o *software* de

8 Técnica de montagem cinematográfica que consiste em cortar um trecho (um conjunto de fotogramas) do meio de um plano. Ao unir a fita cinematográfica, o que se tem é um salto de tempo/espço, que causa um estranhamento à percepção. Também é chamado de *faux-raccord*.

edição de vídeo. As notas, ritmos e células musicais são os *samplers* audiovisuais de pequenas frases ou notas musicais produzidas pelos instrumentos, que no *software*, aparecem como possibilidades de criação musical. E o produto final é como uma caixinha de música tecnológica, que reproduz sons de acordo com a maneira como foram programados.

Tal experiência evidencia a passagem paradigmática para a pós-história de que fala Vilém Flusser em *A Filosofia da Caixa Preta* (2002). Com Flusser e para além dele – porque os vídeos para a web aqui estudados não são apenas imagens técnicas, mas experiências estéticas que fazem a partir de um dado programa convergir diferentes linguagens igualmente técnicas – enfatizamos a necessidade de se compreender como tais programas se tornaram a chave para que se identifiquem os desafios do tempo presente. Os vídeos para a web aqui apresentados são a expressão empírica de tal situação em que os antigos instrumentos técnicos são substituídos por aparelhos que os reprogramam a partir das regras que lhes são próprias.

Neste momento, é preciso abrir um parêntese. Gjersten não é o pioneiro dessa prática. A dupla Godley e Creme (vide Machado, 2009) já realizaram no final dos anos 1980 o vídeo de vanguarda *Mondo Video* (1989), cujo processo se tratava de produzir músicas a partir de imagens coletadas da mesma forma que Gjersten. No entanto, essa prática foi esquecida e nunca chegou a um grande público, pois o suporte para o qual foi feito (vídeo arte) não permitia uma difusão como o YouTube permite, o que manteve essa estética marginalizada. Além do mais, os *hardwares* e *softwares* de edição eram difíceis de serem utilizados, necessitando muito conhecimento técnico, bem ao contrário do que nos deparamos hoje com *softwares* como o *Windows Movie Maker*.

Décadas depois, Gjersten publica no YouTube *Amateur*, fazendo tamanho sucesso (em quatro anos e meio passou de treze milhões de exibições) que não demorou muito para aparecerem outros videastas tentando fazer parecido. Um ano depois, em 2007, o estadunidense Jack Conte resolveu transformar essa ideia numa escola: o *VideoSong*. Identificando-o como uma “nova mídia”, Conte cria seus dogmas, conforme aparece na descrição de todos seus vídeos hospedados no YouTube⁹: 1) O que você vê é o que você ouve (não há *playback* em instrumentos ou vozes); 2) Se você está ouvindo, em algum momento você irá ver (não há sons escondidos).

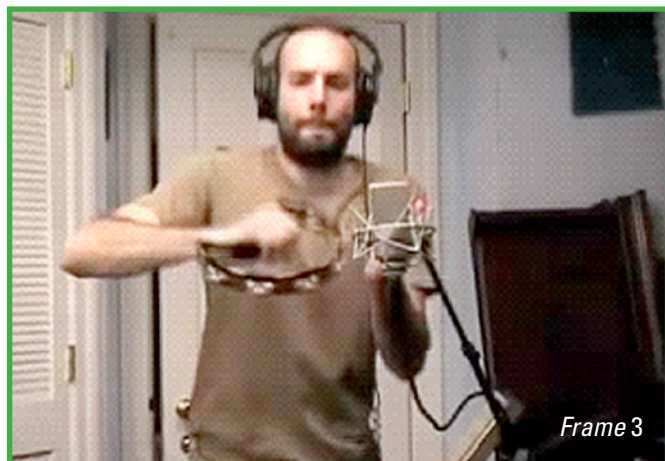
A especificidade dos VideoSongs

Enquanto Lasse Gjersten, que é um caso primeiro, editou música e vídeo diretamente em *software* de edição não-linear de vídeo, os *VideoSongs* de Jack Conte e sua banda Pomplamoose são compostos de modo diferente. Ele grava o áudio de um instrumento por vez, ao mesmo tempo em que se registra em vídeo, como podemos ver no *Frame 3*, extraído do *VideoSong Beat the horse*¹⁰, em que ele microfona¹¹ uma meia-lua, enquanto ouve os instrumentos pré-gravados pelo headfone. Para cada trilha de áudio, ele tem uma trilha de vídeo respectiva.

9 Este endereço reúne todos os seus trabalhos solo: <<http://www.youtube.com/jackcontemusic>>. Conte também produz VideoSongs em parceria com Natalie Dawn, compondo a banda Pomplamoose: <http://www.youtube.com/user/PomplamooseMusic>.

10 Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=8oJgqbgvlnk>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

11 Neste caso, o sinal do microfone (que está capturando o som da meia-lua) que aparece no frame é enviado para um software específico, de edição sonora, enquanto que as imagens visuais capturadas pela câmera de vídeo são capturadas em fita, para em seguida serem editadas em software de edição não-linear de vídeo. Após o tratamento, ambas são sincronizadas no *software* de vídeo, remetendo ao momento de captura, que foi simultâneo.



Frame 3

Assim que gravados todos os instrumentos, ele mixa o áudio, aplicando efeitos sonoros em cada instrumento e regulando o volume de cada trilha, e masteriza o som, fundindo as trilhas individuais em uma só. Em seguida, ele importa o áudio da canção para o *software* de vídeo, onde ela irá ser sincronizada com as tomadas de vídeo.

Como às vezes chegam a mais de uma dúzia de instrumentos, Conte não pode colocar todas as imagens de cada instrumento simultaneamente na tela, ao contrário de Gjersten, que usou apenas piano e bateria. Como um controlador de *switch* televisivo¹², Conte decide qual imagem deverá aparecer e em qual momento. Normalmente ele opta pelo instrumento que está em destaque em cada momento da música.

Quando os instrumentos fazem sons repetidos, ele prefere usar sempre a mesma tomada, como na sequência de *frames* ao lado (4 a 11), extraído dos três primeiros segundos de *Beat the horse*, onde podemos ver *samplers* audiovisuais de peças de bateria, tocadas em momentos diferentes, mas depois ordenadas de modo a compor um ritmo: bumbo-prato-caixa-prato-bumbo-prato-caixa-prato... Aqui já temos algumas variações se comparado

¹² Ilha de edição audiovisual ao vivo, utilizado em geral em televisão, em programas de auditório e eventos esportivos, nos quais usa-se várias câmeras em simultâneo. O controlador do switch tem à sua disposição vários monitores exibindo o que todos os câmeras estão capturando, e escolhe quando e qual dessas imagens será transmitida.

com *Amateur*: ao invés de todas as tomadas serem feitas de um único enquadramento, cada unidade da bateria foi capturada por um ângulo diferente. Esta sequência que usa três *samplers* audiovisuais (com o *sampler* do prato intercalando bumbo e caixa), ao ser colocada em *loop*, constitui o ritmo de toda a canção, por onde os outros instrumentos a serem gravados irão se guiar (caso da meia-lua citada anteriormente), para poderem soar em sincronia.



Frame 4

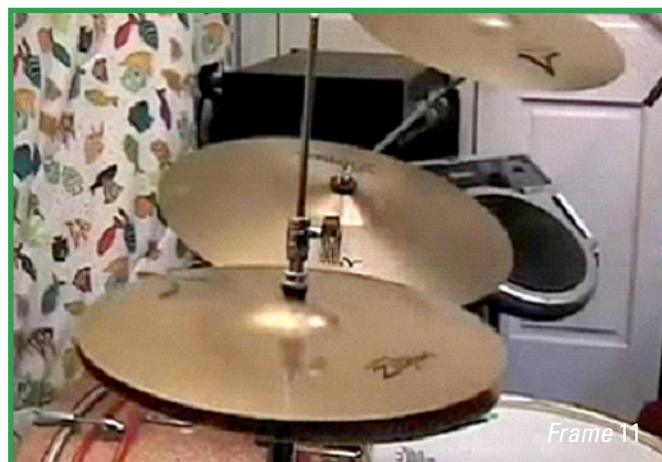


Frame 5

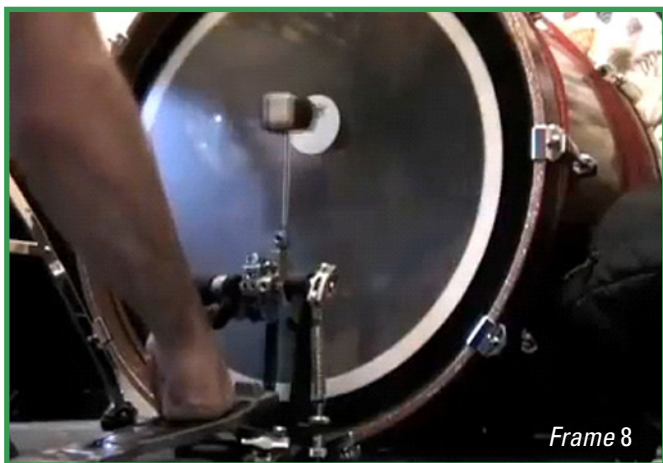




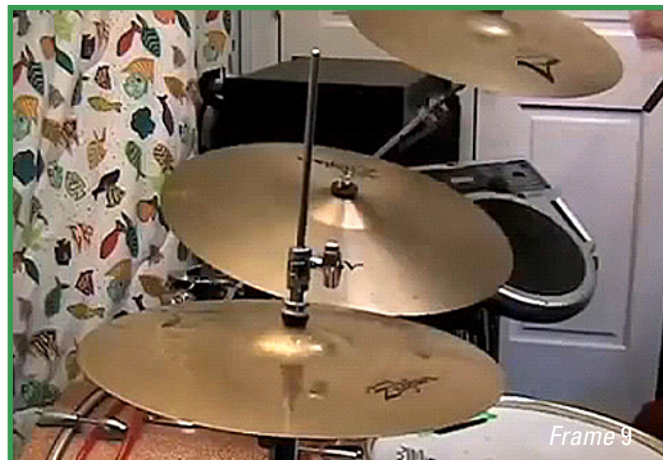
Frame 7



Frame 11



Frame 8



Frame 9



Frame 10

Para enfatizar as relações dos *samplers* audiovisuais que fazem emergir canções, a maior parte do tempo do vídeo é composta por panoramas com duas ou mais molduras contendo imagens de diferentes instrumentos, como mostra o *Frame 12* (extraído do *VideoSong My Favorite Things*¹³), em que Jack Conte, no violão, divide a tela com sua parceira Nataly Dawn replicada em outras três molduras, fazendo vozes em alturas diferentes em cada uma. Não há o tempo todo imagens dos instrumentos que são tocados como em *Amateur*, pois, ao contrário deste que tem somente bateria e piano, os vídeos de Jack Conte contam com vários instrumentos, mas ainda assim procura-se evidenciá-los visualmente, às vezes até com o panorama sendo partido em nove (*Frame 13*). A complexidade da trilha visual, tanto na quantidade de molduras quando na velocidade maior de troca de *samplers*, acompanha os momentos de maior tensão musical na trilha sonora: refrões, solos, codas.

É preciso lembrar que, tanto em *Amateur* como nos *VideoSongs*, a música foi idealizada antes de ser registrada. Pode-se perceber isto quando Gjersten toca algumas notas combinadas (acordes) no piano. Ele provavelmente compôs algum tipo de partitura para poder lançar posteriormente notas e acordes tocados em ordem correta no vídeo, senão teria que tocar o piano de todas as maneiras possíveis

13 Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=OvYZMqQffQE>>. Acesso em: 23 mar. 2011.



(que são infinitas) para poder compor livremente no *software* de edição – algo impossível de ser realizado.



Nos *VideoSongs* de Jack Conte isso fica mais claro pelo fato de serem canções: os planos de pessoas cantando são poucas vezes *sampleados*, prevalecendo o plano-sequência. Mas a diferença essencial destes vídeos para o que até então se entendia como *videoclipe* é que essa pré-idealização pensa a música dentro de um audiovisual desde o início, da necessidade de que tudo que se ouve também possa ser visto. E mesmo que deixem claro que a canção foi pensada antes da gravação do vídeo, ela só pôde ser ouvida após sua construção, realizada pela edição audiovisual.

O que está na trilha sonora foi constituído *em conjunto* à trilha visual, e não anteriormente, como ocorre em um videoclipe televisivo. Ela nasce *do* audiovisual, só foi possível porque o audiovisual

se comportou de um modo nunca antes feito pelos videoclipes, onde normalmente a música utilizada provém de um disco lançado anteriormente.

Dessa descontinuidade sincronizada e replicada, emergem as canções que primam – surpresa – pelo fluxo contínuo de tensões e relaxamentos da canção popular. No *VideoSong Another Day*¹⁴, por exemplo, parte do refrão constitui-se da frase *I am yours*, cantada por uma dobra de voz por Nataly Dawn em *staccato* e acompanhada de um bumbo. Todos estes elementos podem ser vistos no vídeo, e a ênfase no *staccato* se dá pelo jogo de trocas de molduras entre as vozes e o bumbo (*frames* 14 a 16). Perguntas



14 Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Uolz7V12evc>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

ficam no ar: os planos duram enquanto a nota dura, ou são cortados para que a frase musical possa durar? Alguns desses planos, que duram menos de um segundo, ao serem montados em sequência, imitam uma frase musical? Seriam essas durações audiovisuais na verdade *durações musicais*? São música em si ou representações de música?

A virtualidade da Música nos *VideoSongs*

Os *VideoSongs*, assim como *Amateur*, compõem um novo panorama para a relação entre música e audiovisual. Estão livres do esquema mercadológico e não têm a necessidade de vender a imagem do artista, criando relações mais anárquicas entre música e audiovisual: eles existem para si. São o lócus privilegiado da experimentação com ou contra o aparelho referido por Flusser. Então ao invés de a música ser aquele elemento constituinte que ocupa apenas a trilha sonora do audiovisual, enquanto a trilha visual é ocupada pela imagem do *superstar*, no *VideoSong* ela emerge como uma potencialidade em todos os elementos audiovisuais, tanto na trilha sonora como na visual. Ela *se faz* música através dos sons, da montagem videográfica, dos entrefluxos e *se faz* música nesses espaços também. Ela comparece como *virtualidade estruturante*.

Para compreender este conceito é preciso apresentar a leitura de Bergson (2006). Para o filósofo, todas as coisas são um misto de virtual e atual. Virtual é como as coisas *são*: sua totalidade irrepresentável, e que se metamorfoseia constantemente pela ação do tempo. Se tentássemos definir o que é Música¹⁵, ela resvalaria dos nossos termos. Acontece que ela (como todas as coisas) está sempre se metamorfoseando; as definições mais aceitas há cem anos não são as

mesmas de hoje. Cada definição dessas é uma atualização de sua virtualidade, uma figura, uma representação. Uma música qualquer também é um atual da Música. Em cada atualização há um pouco de Música nela impressa, e a cada novo atual sua virtualidade é reconfigurada. É neste sentido que os *VideoSongs* aparecem como o novo atual da Música: eles a atualizam de uma maneira inédita, tornando problemáticos os conceitos correntes e habituados acerca do videoclipe, por exemplo.

A ideia de virtual em Bergson também é contemplada por Gilles Deleuze, para quem – de forma diversa daquela dos estruturalistas clássicos – a estrutura é o virtual. Talvez, na trilha deleuzeana, possamos pensar a Música como uma estrutura que se atualiza nos três diferentes registros fundamentais da linguagem: visuais, sonoros e verbais. Numa estrutura, coexistem “todos os elementos, as relações e valores de relações, todas as singularidades próprias ao domínio considerado” (2002: 223). Estaríamos, então, neste nível, tratando da Música em seu misto *virtual-atual*. No entanto, como não somos capazes de perceber o todo dessa estrutura, porque ela é dotada de certa invisibilidade, nós a percebemos quando se atualiza, isto é, quando algo ou parte de sua totalidade se imprime em determinada materialidade, como os *VideoSongs* referidos cuja existência instaura mudanças também nos diagramas do virtual. Assim, Deleuze aproxima o conceito de virtual com o de estrutura, justamente para dar esse caráter de movimento incessante de atualização:

[...] o virtual tem uma realidade que lhe é própria, mas que não se confunde com nenhuma realidade atual, com nenhuma realidade presente ou passada; ele tem uma idealidade que lhe é própria, mas que não se confunde com nenhuma imagem possível,

15 Daqui em diante, quando tratarmos da Música como virtualidade, utilizaremos a inicial maiúscula, para diferenciar de uma música específica.



com nenhuma idéia abstrata. Da estrutura, diremos: real sem ser atual, ideal sem ser abstrata. (2002: 222)

Seriam, então, os *VideoSongs* atualizações da Música neste espaço anteriormente dominado pelos videoclipes? Tais vídeos produzidos para a web estariam criando novas zonas problemáticas tanto para as pesquisas quanto para as práticas audiovisuais? Deleuze nos apresenta um atalho: “A questão: há estrutura em qualquer domínio? deve, pois, ser assim precisada: podemos, neste ou naquele domínio, extrair elementos simbólicos, relações diferenciais e pontos singulares que lhes são próprios?” (2002: 222). Sem dúvida conseguimos extrair tais coisas de um *VideoSong*, mas como fazer isso pensando na Música como o que o estrutura?

A análise de audiovisuais musicais sempre costumou partir da separação entre trilha visual e sonora. Tal dicotomia é produzida de modo a se encontrar, através de relações diferenciais entre um e outro, sentidos, significações; enfim, elementos da ordem da linguagem que pudessem ser estudados. É uma proposta de se entender o audiovisual como um texto sincrético, cujos sentidos emergem das relações entre trilha visual e sonora, mas incorporando a linguagem musical como se fosse do audiovisual. É de senso comum também entender a Música e o audiovisual como linguagens por si. Cada um, isoladamente, é capaz de produzir suas relações diferenciais: uma pela linha melódica, criada pela diferença de altura entre as notas, e outro pela diferença na troca de enquadramento entre planos, por exemplo; bem como seus elementos simbólicos: a Música com o intervalo de quarta aumentada, por séculos representando o *diabolus in musica*, e o cinema usando efeito de eco na voz das personagens para representar um *flashback*; e como pontos singulares talvez possamos destacar

o modo como cada uma artificializa a espessura do tempo; uma através de *ritardandos*, a outra via câmera lenta.

E é assim, pensando um e depois o outro, que se produziu conhecimento sobre trechos musicais em audiovisuais. Podemos lembrar de Eisenstein (2002), com sua ideia de montagem vertical, a *Partitura Polifônica*, em que o panorama visual deveria acompanhar as notas transcritas em partitura da trilha sonora com seus elementos (cor, contraste, movimento, enquadramento etc). Pode ser um bom método criativo, mas não para análise. O problema em Eisenstein residia em pensar a atualização da Música no visual a partir dos elementos rítmicos, melódicos e harmônicos representados pelas notas musicais, encontrados visualmente nas partituras. Embora Bornheim não trate deste caso em seu texto sobre a linguagem musical, a citação abaixo se adequa muito bem como uma crítica ao método eisensteiniano:

Obviamente, esses sinais nada têm a ver com a linguagem musical, a música não está na partitura: música sempre houve, e a partitura surgiu bem mais tarde. A linguagem musical reside no som, ou melhor, no som enquanto transformado em tom, isto é, no som inserido numa escala, numa frase, num sistema sonoro. E essa organização sonora expressa algo, forma uma linguagem não redutível à linguagem conceitual. (Bornheim, 2001: 136)

A partitura é só uma atualização da Música, portanto. E de todas as suas possíveis atualizações, é certo que ela será mais potente como som, pois é como tal que muitas vezes se explica tautologicamente o que ela é. Certamente ela não é tão somente som, mas é imprescindível que haja som, ou ao menos a ideia de que haja som (como quando imaginamos

uma música), para que ela possa se manifestar. Para Bornheim, “[...] é só pensando o som que lograremos atingir o elemento propriamente musical da música” (2001: 140). Isso não deve implicar que, ao estudar audiovisuais musicais, devamos nos ater a falar de Música apenas em sua materialidade sonora. Mas pensar suas atualizações em elementos a partir das virtualidades, de potencialidade sonora, e não a partir de outro atual, como Eisenstein fazia com a partitura. Na partitura em si não há Música. Ela só se manifesta na interpretação instrumental, ao materializar o som, ou numa leitura mental, via imagens-lembrança de outros sons. Essa potência de som é o que dá poderes sinestésicos à Música, o que torna possível a reconhecer, em potência, onde não há som, como na trilha visual, por exemplo. Deve-se precisar que isso, no entanto, não implica obrigatoriamente em que ela seja capaz de representação.

Daí o acerto de Boris de Schloezer ao afirmar que a obra musical não é signo de qualquer coisa que a transcenda e se esforça por esposar, porque se assim fosse ficaria eternamente aquém de um ideal inexecutável: ao contrário disso ela “se significa”, como diz Schloezer, e esse auto-significar-se permanece físico, embebido no carnal. (Bornheim, 2001: 142)

E como a Música é capaz de se significar, de produzir sentido para si? Como podemos ver em Deleuze, “[...] o sentido resulta sempre da combinação de elementos que não são eles próprios significantes” (2002: 217, grifo do autor). Os sons são capazes de comunicar apenas quando combinados, como quando ao formar uma melodia que reconhecemos pertencer à determinada escala ou estilo musical. Uma nota sozinha, assim como o fonema na linguística, não é capaz de significar

nada. Qualquer relação entre sons só pode ser feita a partir da arbitrariedade relacional proporcionada pela linguagem – isto é, quando deixam de ser sons puros! “O que torna a linguagem possível é o que separa os sons dos corpos e os organiza em proposições, torna-os livres para a função expressiva” (2002: 187). Se para Schloezer a Música é capaz de significar apenas a si, por outro lado esse mesmo processo de significação, dependendo da interpretação, pode destituir o papel do som como *som*, podendo então significar, expressar algo, representar mundos. Um dos melhores exemplos musicais disso é o madrigalismo, “[...] passagens nas quais a música aplicada a uma determinada palavra expressa o seu sentido, por exemplo, atribuindo à palavra ‘riso’ uma passagem com notas rápidas como numa gargalhada [...]” (Wikipedia, 2011). Também nos é muito difícil ouvir um intervalo descendente de terça menor agudo (de fá para ré ou de dó para lá) sem associar ao canto de um cuco. Para nos opormos a isso, basta lembrar a visão (ou melhor, a audição) de John Cage: “[...] eu amo sons, exatamente como são. E não tenho a necessidade de que eles sejam mais do que são. Não quero que o som seja psicológico, nem que pretenda ser um balde ou presidente, ou que esteja apaixonado por outro som. Só quero que seja som” (1991).

E com isso fica claro por que é tão difícil perceber os sons como sons: é porque o conceito que temos da coisa vem à tona logo que é percebida, numa espécie de confusão entre música e fala, esta última a que comunica signos através de sons. “Como diz Bergson, não vamos dos sons às imagens e das imagens ao sentido: instalamo-nos logo ‘de saída’ em pleno sentido” (Deleuze, 2007: 31).

No livro *O ouvido pensante*, Schafer apresenta uma distinção radical entre linguagem e música: “Linguagem é comunicação através de organizações simbólicas de fonemas chamadas palavras. Música



é comunicação através de organizações de sons e objetos sonoros. *Ergo*: Linguagem é som como sentido. Música é som como som” (Schafer, 1991: 239). A linguagem pode permear os eventos musicais, mas isso não quer dizer que a Música seja uma manifestação estritamente languageira. E aí Cage acerta novamente na mosca ao citar Kant, que dizia: “há duas coisas que não precisam significar nada: uma é a música, e a outra é a risada”. Não significar nada, portanto, de modo a nos dar um prazer profundo” (1991). O prazer de ouvir sons, como o de dar uma risada.

Considerações

Assim, os *VideoSongs*, que são o pleno sentido desta pós-história referida por Flusser, podem para além e aquém de sua teoria, ser também compreendidos como uma resposta atual à Música, aqui considerada como estrutura nos termos deleuzeanos ou virtualidade nos termos bergsonianos. Nos vídeos compostos pela dupla Pomplamoose, as imagens visuais remetem à Música, raramente fazendo referência à letra da canção. Neles, a Música manifesta, nos seus termos, o desejo de Cage, porque seus elementos significantes estão enfraquecidos ou ausentes de sentido, mesmo quando somados ou justapostos.

Se fizermos a leitura tradicional, separando a trilha visual da trilha sonora, veremos que o modo como se faz a edição das tomadas audiovisuais produz sentido em sua manifestação sonora (criam uma canção), enquanto que isso não ocorre em sua manifestação visual: o que se produz visualmente é um não-sentido, a descaracterização do fluxo musical pela descontinuidade e repetição de elementos visuais. Estariam os *VideoSongs* criando uma oposição à teoria de Eisenstein, que defende que “dois pedaços de filme de qualquer tipo, colocados juntos, inevitavelmente criam um novo conceito,

uma nova qualidade, que surge da justaposição” (2002: 14, grifo do autor)?

Nossa resposta para o modo de produção de sentido nos *VideoSongs* é que não são mais dois pedaços de filme (no caso do *VideoSong*, dois samplers audiovisuais) que vão criar um novo conceito. A justaposição de um bumbo seguido de um prato não constitui um ritmo musical. Apenas quando esses elementos são postos em repetição, como o que apresentamos na sequência de *frames* 4 a 11, é que temos produção de sentido, porque dali emergirá uma musicalidade. É o audiovisual se adequando às exigências musicais. A relação que importa não é mais entre uma imagem visual e outra, tampouco entre o visual e o sonoro. Mas sim entre Música e audiovisual, mais especificamente da capacidade de este último criar representações audiovisuais da Música. A este procedimento estruturante denominamos imagem-música¹⁶, que põe em relação não dois termos – a imagem e a música -, mas estruturalidades de diferentes níveis (virtuais, atuais) cujos procedimentos semióticos tendem a gerar textos capazes, por sua vez, de problematizar inclusive as relações que os fundaram. Isto é o que ocorre com os *VideoSongs* e com suas relações com o videoclipe, por um lado, e, por outro, com os aparelhos técnicos (no sentido flusseriano) que lhes enformam.

A imagem-música nos *VideoSongs* emerge através da diferença e da repetição de *samplers audiovisuais*. A repetição foi exemplificada neste artigo com os *loops* de bateria sob os quais a canção *Beat The Horse* é constituída. A esse modo de repetição circular Deleuze e Guatarri dão o nome de ritornelo: “precisamos criar um território, um ritornelo, para então deixar entrar um pouco de caos e podemos escapar. Para mais na frente criamos

¹⁶ O conceito de Imagem-música é apresentado no artigo *A imagem-música* (2006a) e desenvolvido empiricamente no *Elis Regina e a música televisual brasileira* (2006b).

novamente um outro ritornelo, e assim por diante...” (apud Nascimento, 2001: 67). Os ritornelos criam a base dos blocos da estrutura musical. No caso da canção popular, podemos entender o verso e o refrão como dois tempos antagônicos com ritornelos que diferem um do outro, e cuja alternância repetitiva gera tensões e relaxamentos de uma música tonal.

A diferença ocorre quando se utiliza outro *loop* em complementação ou substituição ao anterior. Logo após o loop de bateria já mencionado (*frames* 4 a 11), um plano de um baixo sendo tocado substitui a imagem do bumbo, mas ainda se ouve o instrumento de percussão. A imagem visual é substituída, enquanto a imagem sonora é complementada. Em vários momentos dos vídeos do Pomplamoose, alguns *loops* e outros tipos de imagens repetitivas são substituídas na trilha visual mesmo que permaneçam se repetindo na trilha sonora, parte pela dificuldade de mostrar todas as trilhas visuais num só panorama (a definição dos vídeos para a *web* é igual ou mais baixa que a da televisão), parte porque isso embora funcione para a manifestação sonora da Música, nem sempre funciona na manifestação visual. Por outro lado, essas imagens que somem são capazes de se sobrepor às imagens em fluxo como imagem-lembrança. Uma vez apresentadas, somos capazes de deduzir sua função estruturante mesmo em sua ausência. A Música opera da mesma forma, tanto que é por isso que tendencialmente canções populares começam e terminam com a nota que dá o tom: mesmo que ela não seja tocada novamente até o fim, ela define o centro de gravidade por ter sido tocada primeiro. A diferença emerge da tensão de elementos territorializados, do lugar-comum, do ritornelo. Só se produz diferença partindo da repetição, pois somente como memória, como virtualidade, que a diferença será capaz de tensioná-la.

Assim, diferença e repetição são dois vetores

fundamentais para que se pensem com categorias novas os vídeos produzidos para a *web*: os *VideoSongs*. Se, por um lado, a repetição cria hábitos tanto de composição quanto de produção teórica (o videoclipe e suas teorias são um exemplo evidente de tal procedimento), a diferença é o procedimento que instabiliza tanto produções quanto teorias modificando-as e as fazendo crescer em múltiplas semioses. As condições de crescimento de tais semioses não estão apartadas de seus processos de produção. É provável que no sistema tradicional da indústria fonográfica o *VideoSong* tivesse dificuldade de expressão, pois neste território músicos e produtores de vídeo vivem separados, com funções bem específicas e separadas no tempo e no espaço. Na *web*, ao contrário, a produção deixa de ser necessariamente em série e especializada: a imagem do capitalismo da pós-história é a das sincronicidades que têm gerado os *VideoSongs* a partir de aparelhos técnicos cujos programas imaginam mundos por vir a partir de seus próprios termos.

Assim o mérito do *VideoSong* parece estar em ter conseguido desterritorializar a Música no terreno dos audiovisuais musicais; não produzir uma música diferente, mas produzir diferença *na* Música, usando o audiovisual como um instrumento musical capaz de *imaginar* Música, de apresentá-la teoricamente através de imagem-música. É na busca por um novo ritornelo que a diferença dará movimento ao virtual. Nessa reterritorialização que o *VideoSong* proporciona à Música não há uma linguagem estabelecida, mas um terreno movediço, onde a Música é quem protagoniza a produção de sentido.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGSON, Henri. Memória e vida. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BJÖRNBERG, Alf. Structural relationships of music and images in music video. In: MIDDLETON, Richard. Reading pop: approaches to textual analysis in popular music. Nova Iorque: Oxford, 2000, pp. 346-378.

BORNHEIM, Gerd. Metafísica e Finitude. Perspectiva: São Paulo, 2001.

CAGE, John. Transcrição de entrevista de concedida no filme "Ecoute" por Miroslav Sebestik, 1991. Disponível em: <<http://hearingvoices.com/news/2009/09/cage-silence/>>. Acesso em 23 mar. 2011.

COELHO, Lillian. As relações entre canção, imagem e narrativa nos videoclipes. In: INTERCOM - XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte. In: Anais, 2003. Disponível em: <<http://www.ericaribeiro.com/Arquivos/CancaoImagemNarrativaVideoclipes.pdf>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

DELEUZE, Gilles. A Ilha Deserta. São Paulo: Iluminuras, 2002.

_____. Lógica do Sentido. São Paulo: Perspectiva, 2007.

EISENSTEIN, Serguei. O sentido do filme. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

FLUSSER, Vilém (2002). Filosofia da caixa preta. Rio de Janeiro: Relume Dumará.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: SENAC, 2009.

NASCIMENTO, Guilherme. Música menor: a avant-garde e as manifestações menores na música contemporânea. Annablume: São Paulo, 2005.

SCHAFER, R. Murray. O ouvido pensante. São Paulo: UNESP, 1991.

SILVA, A. R. . A imagem-música. IN: Comunicação: Veredas (UNIMAR), v. 5, p. 39-49, 2006a. Disponível em: <<http://www.unimar.br/publicacoes/comunicacao05.pdf>>. Acesso: 26 out. 2010.

SILVA, A. R. . Elis Regina e a música televisual brasileira. IN: Galáxia, 12, pp. 22-32, 2006b.

SOARES, Thiago. Videoclipe: o elogio da desarmonia. Recife:

LivroRápido, 2004.

WIKIPEDIA Madrigalismo. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Madrigal>>. Acesso em: 23 mar. 2011.

VideoSongs da banda Pomplamoose: o que você vê é o que você ouve
Marcelo Bergamin Conter e
Alexandre Rocha da Silva

Data do Envio: 25 de março de 2011.

Data do aceite: 19 de maio de 2011.



9

Indústria fonográfica X novas plataformas musicais - Trânsitos sonoros na era da Internet

Phonographic industry X new music platforms - Sonorous transits in the Internet age

Tatiana Rodrigues Lima ¹

RESUMO O artigo traz um breve panorama sobre alguns dos novos modelos de circulação musical no século XX, pontuando os conflitos e as permanências experimentados pela indústria fonográfica no novo contexto. A participação das gravadoras nos trânsitos musicais via internet e outras plataformas digitais é confrontada com novas formas de difusão, promovidas por empresas oriundas de setores da comunicação, informática e entretenimento no comércio de arquivos, *softwares* e *hardwares* relacionados à circulação musical. Observa-se ainda que os ouvintes são cada vez mais ativos na circulação musical, através de ações nas plataformas ligadas às *majors* das TIs e do entretenimento, bem como da disponibilização de conteúdos (áudios, vídeos e textos) em sites colaborativos e alternativos.

PALAVRAS-CHAVE Música; Internet; Indústria fonográfica.

ABSTRACT This article brings an overview of some new models of XXth century music circulation, punctuating the conflicts and permanencies experienced by the phonographic industry in the new context. It also compares the record label's participation in the Internet and other digital platforms used for distributing music to new ways of propagation, promoted by originally communications, informatics and entertainment companies in the trade of files, hardware and software devices related to music circulation. This articles observes that audience has been behaving more actively in the music circulation process, by actions in related to majors and entertainment's ITs and by sharing audio, video and text contents through collaborative and alternative websites.

KEYWORDS Music; Internet; Phonographic industry.

¹ Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia, com bolsa DS da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), jornalista, co-organizadora do e-book Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet. E-mail: tatianalim@gmail.com.



Introdução

Até o início da década de 1990, lançar música em suporte físico era um dos objetivos iniciais da maioria dos compositores e intérpretes. Os discos eram o passaporte para a circulação da música em rádios, para o agendamento de mídias jornalísticas e de entretenimento, para a entrada da música no ambiente doméstico dos ouvintes e resultavam na ampliação dos públicos. Gravá-los, no entanto, não era tarefa fácil. Requeria, até o surgimento da tecnologia MIDI em 1983², acesso a estúdios analógicos, o que demandava investimentos muitas vezes inacessíveis a músicos iniciantes, a menos que estes atendessem a expectativas mercadológicas das gravadoras convencionais ou que viabilizassem recursos para a produção independente. Todo o esforço resultava também em fontes de renda: o percentual sobre as vendas dos discos e o recebimento de direitos autorais pelas execuções das gravações nas mídias, bares e casas noturnas eram formas de sustentabilidade de músicos contratados por gravadoras ou não. Em ambos os casos, o fracasso nas vendas muitas vezes determinava o encerramento de contratos ou mudanças significativas de proposta musical.

Na esfera do consumo, a aquisição de um disco era o marco concreto da identificação e vinculação mais estreitas entre o ouvinte e o músico. Ao comprar um disco, o ouvinte passava da condição de público eventual à de fã de uma obra musical. Ter a discografia de seus compositores e intérpretes preferidos em suporte físico – incluindo álbuns raros, gravações piratas, discos que foram fracasso de vendas e outros

itens menos comuns – era referência de *status* para o fã. Conferia-lhe prestígio de colecionador³. Para o músico, as vendas representavam um respaldo para o prosseguimento da carreira.

Principal intermediária nessa passagem, a indústria fonográfica conquistou papel central na cultura musical, durante o século XX. O setor surgiu a partir de empresas especializadas na técnica de captação e fixação sonora, fabricação de discos e de artefatos de reprodução, que passaram a atuar também na edição e comercialização do material gravado, principalmente a música. Em meados do século XX, as empresas organizaram-se em duas grandes frentes: uma voltada para a produção, o departamento de artistas e repertório (A&R); outra voltada para a comercialização, o departamento de marketing, dedicado às estratégias de venda do produto acabado, planejando, inclusive, sua divulgação em diversas janelas midiáticas (FRITH et al., 2006; NEGUS, 2005). Concomitantemente, a indústria fonográfica ampliou o alcance dos seus produtos e também sua estrutura para além das fronteiras nacionais. A partir dos anos 1980, a “onipresença” das grandes gravadoras abrangia até as produções independentes. Pequenos selos associavam-se às empresas maiores para viabilizar a logística de distribuição de produtos ao varejo e a arrecadação do valor das vendas – relação muitas vezes marcada por conflitos e insatisfações. Mas, na década seguinte, a indústria fonográfica não se ocupou mais detidamente com uma reestruturação que incluísse em seus negócios a crescente circulação mundial da música via internet, com a popularização do

2 A tecnologia MIDI (*Musical Instrument Digital Interface*) é um protocolo envolvendo *hardware* e programas (*softwares*) que permite a simulação digital de um estúdio envolvendo gravadores multicanais, mesa de mixagem e processadores de sinais. O MIDI possibilitou a conexão em rede entre baterias eletrônicas, *samplers*, sintetizadores digitais e computadores (THÉBERGE, 2006, p.36).

3 O colecionismo musical fomentava (e ainda fomenta) todo um circuito que abrange lojas de produtos usados e sebos, feiras, exposições e trocas de correspondências. Incorporou também o uso de plataformas da internet.

formato MP3⁴ e do download gratuito. Por conta desse e de outros fatores discutidos adiante, a hegemonia das gravadoras vem sendo abalada.

Atualmente, ouvintes tornam pública a sua condição de fã de um músico utilizando sites de relacionamento disponíveis na web, interagem com seu músico preferido trocando comentários em páginas oficiais, ou no microblog *Twitter*, participando de chats e fóruns. Além disso, criam suas próprias páginas e perfis para expressar gostos e opiniões e disponibilizar faixas de áudio e vídeos musicais de sua preferência. Esses nós na rede mundial de computadores, que reduzem a distância entre músico e audiência, podem ser denominados “plataformas”⁵ de circulação.

Nas plataformas digitais, os acessos às páginas (*page views*) e o número de *downloads* de canções viraram referências de popularidade paralelas aos rankings de vendas de discos e chegam a ser parâmetros para a remuneração de músicos em sites como a *Trama Virtual*. Um grande número de acessos a um vídeo disponibilizado no Youtube ou em um perfil musical no MySpace é o suficiente para agendar a mídia. Compositores e intérpretes

4 O ISO-MPEG Áudio Layer 3, popularizado como MP3, sucedeu os sistemas de compressão MPEG-1 Layer 1 e o MPEG-1 Layer 2, e começou a ser utilizado em 1992 para a gravação de áudios em CD-Rom, migrando depois para a internet. O formato MP3 elimina frequências para compactar os arquivos, o que suscita polêmicas acerca da sua fidelidade ao áudio original, mas, como os principais dados são preservados, o formato tornou-se bastante popular. “Em um CD convencional, por exemplo, uma música de 5 minutos ocupa em torno de 50 megabytes [...]. Convertida para MP3, porém, a mesma música diminui para 5 megabytes” e sua transmissão “via banda larga, satélite ou ondas de rádio leva alguns segundos” (SANTINI, 2006, p.78).

5 Adoto o termo em consonância com seu uso corrente em estudos ligados à música e à cibercultura como os de Adriana Amaral, que opta pela denominação, “por seu uso relacionado à web e sua multiplicidade de serviços; por seu sentido computacional relacionado ao software e aos sistemas operacionais [...] e principalmente pela carga simbólica como metáfora relacionada aos meios de transporte e de comunicação [...] como local onde há oportunidade de expressão de ideias, performances e discursos” (AMARAL, 2009, p.156).

podem alcançar popularidade divulgando e comercializando sua produção independente através da rede e obter mais êxito de público nas apresentações ao vivo, sustentando a manutenção da carreira, antes mesmo de lançarem o primeiro disco. Muitas vezes, o lançamento de um CD, independente ou por uma grande gravadora, passa a ser consequência de uma visibilidade previamente obtida em que estão envolvidas plataformas digitais da internet, o que mostra uma coexistência tensiva do formato diante das novas práticas da cultura musical contemporânea.

Circulação musical: permanências X novos atores culturais

Algumas das permanências e transformações culturais relacionadas à música são o foco deste artigo, que objetiva tanto discutir aspectos relevantes da cultura musical intermediada pelos veículos de comunicação quanto apontar perspectivas a ela associadas. Não se pretende abarcar todos os fatos e eventos, apenas pontuar momentos que são significativos para a compreensão dos temas recentes. A compreensão do impacto de certas mídias na cultura musical, no entanto, não pode ser reduzida a meras relações de causas (advento de uma tecnologia) e efeitos (usos da tecnologia), pois demanda uma reflexão sobre as valorações, disputas e conflitos que permeiam a produção cultural. Paul Théberge observa que é preciso compreender a tecnologia como

algo além de uma coleção aleatória de instrumentos, de aparelhos para gravar e reproduzir o som. A tecnologia é também um ambiente no qual experimentamos e pensamos a música. É um conjunto de práticas que adotamos na hora de produzir e escutar os sons musicais. [...] os artefatos eletrônicos



que se utiliza para produzir, distribuir e experimentar a música contemporânea não são simplesmente os 'meios' técnicos através dos quais experimentamos a música. A tecnologia se converteu em um 'modo' de produção e consumo musicais.⁶ (THÉBERGE, 2006, p. 25, tradução nossa).

É possível falar de uma indústria fonográfica em plataformas digitais e certamente as *majors*⁷ vêm tentando ocupar esses espaços. Mas há uma produção mais próxima do artesanal presente nas mesmas plataformas, que concorre de igual para igual com o modelo industrial, pois pode ser consumida/reapropriada em escala massiva.

A nova crise no âmbito das gravadoras, com a redução nos lucros gerados diretamente pela venda de álbuns e direitos autorais, não implica em uma redução ou crise no consumo de música. Com a progressiva viabilidade de transporte de equipamentos e estruturas de shows em turnês, os espetáculos ao vivo passaram a mobilizar públicos cada vez maiores. Novas formas de escuta, como as trilhas de jogos, aparelhos de telefonia celular, rádios virtuais e sites (oficiais ou não), dentre outros meios, vêm tornando a música cada vez mais presente. Conforme sugere Chris Anderson,

6 *algo más que una colección aleatoria de instrumentos, de artilugios para grabar y reproducir el sonido. La tecnología es también un ambiente en el que experimentamos y pensamos la musica. Es un conjunto de prácticas que adoptamos a la hora de producir y escuchar los sonidos musicales. [...] los artefactos electrónicos que se utilizan para producir, distribuir y experimentar la música contemporánea no son simplemente los 'medios' técnicos a través de los cuales experimentamos la música. La tecnología se ha convertido en un 'modo' de producción musical y consumo.*

7 O termo *major* (maior ou principal, em inglês) é comumente utilizado pela crítica musical para se referir às gravadoras transnacionais com braços corporativos em outros ramos da indústria da comunicação e do entretenimento, como cinema, televisão aberta e a cabo, internet, fabricação de equipamentos. Podem-se citar como *majors* da atualidade as gravadoras Universal, Sony-BMG, EMI e Warner.

era uma vez uma época em que só havia uma maneira de comprar música: os CDs completos (os *singles* vendiam pouco e os artistas nem os ofereciam). Agora, pense nas escolhas disponíveis *on-line*: álbum, faixa individual, toque de telefone, amostra grátis de trinta segundos, vídeo de música, remix, amostras de remix de terceiros, por meio de *streaming* ou baixas, tudo em qualquer quantidade de formatos e amostras. (ANDERSON, 2006, p.218).

Nesse contexto de profusão das opções de escuta, Michel Nicolau Netto constata que

as gravadoras e o desenvolvimento tecnológico, no caso da música, não mais pertencem a campos coincidentes, ou seja, a tecnologia não é mais apenas um meio de desenvolvimento da indústria fonográfica, mas também um espaço autônomo, capaz de gerar conflitos. (NICOLAU NETTO, 2009, p.135).

Embora a indústria fonográfica esteja presente na internet e outras plataformas digitais, divulgando seus contratados, disponibilizando gravações e fomentando a interação com os fãs, esse setor já não é mais o único intermediário entre o músico e o público. Tampouco o modelo de negócio em que as gravadoras se ancoraram desde as primeiras atividades, a venda de gravações em suporte físico no formato cultural de álbum e a venda de aparelhos de reprodução das gravações, é monopólio da indústria fonográfica. O que se vê são conglomerados das comunicações, tecnologia e entretenimento dominando os canais por onde circula a música, criando novos aparelhos e novos modelos para o negócio, como fez a fabricante de computadores *Apple*.

Em 2003, esta empresa criou o *iTunes*, uma loja virtual de venda de música em formato MP3 pela Internet, e convenceu as cinco grandes gravadoras mundiais de então (*Warner, Universal, Sony, EMI e BMG*) a disponibilizarem seus fonogramas para esse tipo de comercialização. Através dessa loja virtual, acessada via Internet, o consumidor podia encontrar uma grande variedade de música [...] e comprar apenas aquelas que lhes interessam; portanto, não necessariamente um álbum inteiro. O valor pago pela música, algo em torno de um dólar, então era dividido entre o próprio *iTunes* e os detentores dos direitos autorais e fonomecânicos (além de outros intermediários que surgiram, como os chamados agregadores de conteúdo). [...] As gravadoras se cercaram de outra segurança: instituíram um sistema de gerenciamento, chamado DRM (*Digital Marketing Management*) que garantia que a música 'baixada' não fosse copiada para outro suporte. (NICOLAU NETTO, 2009, p.135-6).

A *Apple* lançou inclusive um artefato de reprodução para os produtos comercializados em sua loja virtual, o *iPod*, um tocador de MP3 portátil e digital de uso semelhante aos antigos *walkman* e *discman*, porém com capacidade de armazenamento bem superior aos equipamentos anteriores. A depender do modelo, é possível acumular até 30 mil músicas em um *iPod*. Mas as vendas de arquivos musicais estão longe de ser a principal fonte de renda da *Apple*. Conforme levantamento de Chris Anderson, "em princípios de 2006, a *Apple* já havia vendido 42 milhões de *iPods* e 1 bilhão de faixas musicais pelo *iTunes*, média de 24 faixas por aparelho, ou menos que o equivalente a dois CDs" (ANDERSON, 2006, p.174). Vale notar que a loja da *Apple* só comercializa música entre

consumidores cujo cartão de crédito tenha endereço em 21 países⁸, os demais usuários do *iPod* em outras partes do mundo escutam, através do tocador, faixas baixadas gratuitamente ou adquiridas em outras plataformas.

Somente a partir do *iTunes*, as vendas de música na internet passaram a ser contabilizadas pela indústria fonográfica. Na esteira do *iPod*, surgiram outros tocadores portáteis e lojas de arquivos musicais. A venda legal de música por assinatura foi outra vertente decorrente da digitalização da cadeia musical, constituindo-se em um modelo baseado na "cobrança de mensalidade fixa que dá direito ao assinante 'baixar' o número de músicas que desejar – a partir de uma loja virtual contratada". O sistema, adotado pelo *Napster* ao voltar à legalidade, por exemplo, dá direitos à música por um período pré-definido "(um mês geralmente) sendo 'autodestruidas' a partir do momento em que não mais se pague a mensalidade" (NICOLAU NETTO, 2009, p.137).

Outras iniciativas permitem a aquisição de música sem DRM, ou seja, uma vez compradas, as faixas podem ser replicadas pelos usuários. "O grande exemplo dessas lojas é a *eMusic*, empresa norte-americana que oferece os catálogos apenas das gravadoras independentes" (NICOLAU NETTO, 2009, p.137). A maior aceitação desse tipo de arquivo fez com que a *major* EMI dispensasse o DRM das faixas de seu catálogo disponíveis no *iTunes*, em abril de 2007, uma atitude que, segundo Nicolau Netto, pode ser seguida por suas concorrentes.

Não obstante o incremento das vendas de faixas isoladas ocasionado por plataformas como as citadas, a demanda social por música gratuita ainda é o principal empecilho para os negócios digitais. Sites que oferecem uso livre de arquivos musicais

8 Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, França, Grécia, Irlanda, Itália, Japão, Luxemburgo, Noruega, Países Baixos, Portugal, Reino Unido, Suécia e Suíça.



proliferam, com seus usuários disponibilizando suas músicas preferidas sem cobrança de direitos, ou músicas que eles mesmos produzem. A ação dos ouvintes como disponibilizadores e produtores da música e conteúdos audiovisuais agregados a elas fazem o sucesso do *MySpace*, do *Youtube* e da web-rádio *Lastfm*, plataformas que, por sua vez, estão nas mãos de conglomerados de comunicação e que oferecem grandes rendimentos a seus proprietários, a partir da veiculação de publicidade em suas páginas.

Conforme Bernard Miège, dois modelos de lucro consolidaram-se na intermediação de produtos culturais: comercialização de produtos físicos, “modelo editorial (funcionando para a edição de livros, de discos, e mesmo para o cinema) e modelo de *flot* (funcionando para o rádio e para a televisão de massa)” (MIÈGE, 2007, p.47), financiado pela renda obtida com publicidade e/ou patrocínio. O segundo modelo, implantado inicialmente na radiodifusão comercial e que migrou para a TV, tornava o programador um ator fundamental para o contato entre produto e público. Mas, se nas plataformas digitais como o *MySpace*, *Youtube* e *Lastfm*, o modelo de *flot* é a principal fonte de renda⁹, do ponto de vista do poder de decisão quanto ao conteúdo veiculado, no entanto, as plataformas digitais permitem que todos publiquem o conteúdo para todos. O programador das mídias de massa em *flot* dá lugar ao próprio músico ou ouvinte, que cria perfis, rádios e sites nos quais faz *upload* de arquivos de áudio.

Não se pode esquecer que, por mais que ações judiciais barrem a circulação não-autorizada de fonogramas nas redes P2P, há sempre novas fontes do arquivo sendo disponibilizadas. A opção pela compra ou não de uma faixa ou álbum em plataformas digitais envolve opções de ordem ética,

9 “Uma das primeiras empresas a iniciar esse tipo de ação foi a *SpiralFrog*, que já tem acordo de licença para a venda financiada por anúncios de músicas do catálogo da Universal e EMI”. (NICOLAU NETTO, 2009, p.141).

abrangendo a forma como o compositor, executor e o gênero musical são valorados pelas comunidades musicais. Reflexões ideológicas, visões críticas quanto à parcela da remuneração que chega de fato ao músico e aquela que é retida pelos intermediários da indústria fonográfica, bem como argumentos envolvendo o livre acesso aos bens culturais, fazem parte dos debates presentes na cultura musical contemporânea, influenciando nas decisões dos ouvintes.

Também vale considerar que a adoção do DRM nos arquivos legais, impedindo sua utilização em mais de uma plataforma, é uma estratégia totalmente contrária à cultura musical. Tomando a perspectiva histórica, percebe-se que os primeiros artefatos de gravação de áudio surgiram tanto com o objetivo de registrar a voz e música de amadores quanto de gravar a música dos astros de então. O advento da fita cassete reforçou, entre os ouvintes, a cultura da montagem de coletâneas pessoais, de reprodução de álbuns e de outros usos e customizações do fonograma, além de reafirmar a possibilidade de gravações de áudios caseiros. Com a digitalização, o barateamento dos equipamentos de gravação, os gravadores de CD e DVD domésticos e a venda de mídias graváveis CDR e DVDR deram continuidade à prática cultural dos ouvintes de subverter a ordem previamente estabelecida na discografia de seus músicos preferidos, com a montagem de coletâneas seguindo critérios pessoais. Hoje é possível baixar gravações abertas, ou seja, que permitem a interferência do “consumidor” na configuração da mixagem. Como observa Simone Pereira de Sá,

se, no primeiro momento da história da reprodução sonora, o desafio das máquinas de audição era o de uma certa definição sonora que fosse convincentemente comparável à fonte original; a demanda para nossos artefatos

de escuta é a de permitirem todo o tipo de intervenção do usuário no sentido não só de customizar suas escolhas – acondicionando suas músicas favoritas no celular; escolhendo o *ringtone*; mas de produzir o seu próprio acervo sonoro através de bricolagens sonoras que podem combinar de maneira inusitada produções pessoais e sons preexistentes. (SÁ, 2004, p.16).

Nessa perspectiva, é possível identificar, no consumo de música via dispositivos digitais, práticas que já faziam parte da cultura musical antes do surgimento da gravação e reprodução magnética. Dificilmente a indústria fonográfica vai demover o ouvinte do desejo pela manipulação e reapropriação da música gravada. O DRM aparece como um empecilho a mais para a compra de música legal, em um contexto no qual o contato com a música gratuitamente só vem se acentuando desde o rádio, a TV e incluindo todas as situações em que as gravações fazem parte da paisagem sonora de ambientes nos quais não são os ouvintes, mas outros agentes que custeiam o acesso aos fonogramas.

O resultado dessa trajetória de múltiplas ofertas e usos da música gravada é, sem dúvida, desfavorável à indústria fonográfica. Segundo o Relatório Música Digital 2011, da IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*), com dados e avaliações referentes ao ano de 2010, “canais digitais representam agora cerca de 29 % das receitas globais das gravadoras, acima de 25 % em 2009. Em 2010, o setor global da música digital atingiu um valor estimado em \$ 4,6 bilhões, cresceu 6% em relação 2009”¹⁰. Apesar do crescimento das

10 *Digital channels now account for an estimated 29 per cent of overall recorded music revenues, up from 25 per cent in 2009. In 2010, the global digital music sector was worth an estimated US\$ 4.6 billion, up six per cent on 2009.* Disponível em: <<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>>. Acesso em: 30/01/2011.

receitas da indústria com a venda de música on-line nos últimos seis anos, o mesmo documento expõe que, de um modo geral, houve uma sensível queda na arrecadação do setor.

Apesar do aumento em mais de 1.000% no mercado de música digital global de 2004-2010 para um valor estimado de EUA \$ 4,6 bilhões, as receitas da música gravada diminuíram 31% sobre o mesmo período. [...] Em face da pirataria, mesmo a estratégia mais gradual de licenciamento de centenas de serviços de música digital tem sido incapaz de impedir a diminuição constante do mercado da música legal em geral.¹¹

A própria IFPI estima ainda que “as vendas de música digital seriam 131% maiores na ausência de pirataria”¹². Diante desse quadro, o modelo de remuneração mediante a exibição de publicidade nas plataformas é sem dúvida mais aceito entre os ouvintes. Entretanto as principais empresas a faturarem com o *flot* não são pertencentes às gravadoras, embora façam acordos com elas.

[...] a Sony/BMG e a Universal já assinaram um acordo com o Youtube para liberação de seus catálogos em troca de uma porcentagem sobre as rendas advindas da publicidade, baseadas no número de acesso a cada música. Outros sites, como a Lastfm, também pagam uma porcentagem baseada no número

11 *The overall impact of digital piracy has been to contribute substantially to the dramatic erosion in industry revenues in recent years. Despite the surge by more than 1000 per cent in the digital music market from 2004 to 2010 to an estimated value of US\$4.6 billion, global recorded music revenues declined by 31 per cent over the same period. [...] In the face of piracy, even the most progressive strategy of licensing hundreds of digital music services has been unable to prevent the steady decline in the overall legitimate music market.* Id.

12 *Digital music sales would be 131 per cent higher in the absence of piracy.* Ibid.



de acessos para os detentores de direitos autorais. (NICOLAU NETTO, 2009, p.141).

Se o único elo da cadeia musical em suporte físico não dominado pelas gravadoras até finais do século XX era o comércio de varejo, também as plataformas virtuais em que mais se consome música – e onde mais se lucra com a música – não pertencem à indústria fonográfica, mas às corporações ligadas aos setores da comunicação e do entretenimento. Já são lugares-comuns as narrativas sobre estudantes, programadores e desenvolvedores de sites que fizeram fortuna vendendo suas criações a grandes empresas, que por sua vez, fizeram negócios lucrativos. O Youtube “foi comprado em 2006 pela Google em uma transação de US\$ 1,65 bilhão. No dia seguinte, as ações do Google valorizaram 2%” (NICOLAU NETTO, 2009, p.139-140) e, em um ano, somente o Youtube já valia US\$4,9 bilhões. O MySpace também foi uma criação de jovens programadores e atualmente pertence à *major* da comunicação News Corporation, dona da Fox e da DirecTV. Foi vendido em 2005 por US\$ 580 milhões e em 2007 já valia US\$ 12 bilhões (YÚDICE, 2007, p.53). Uma exceção a esse novo panorama foi a compra da Lastfm pela gravadora CBS, em 2007, um negócio da ordem de US\$ 280 milhões (NICOLAU NETTO, 2009, p.140).

Exceções à parte, é fato que, embora a indústria fonográfica realize acordos para legalizar e ser remunerada pela música veiculada nestas plataformas, ela não detém mais o controle indireto do varejo como ocorria quando dominavam a logística de distribuição de áudio em suporte físico, determinando, no atacado, o que chegaria às prateleiras das lojas. Hoje, a tensão entre as novas possibilidades de produção e circulação de música e os meios de difusão tradicionais (distribuidoras e lojas de CDs, radiodifusão, imprensa, MTV dentre outros) resulta em disputas e acordos nos quais o poder decisório

das gravadoras é contrabalançado pelos interesses de outras empresas de comunicação, tecnologia da informação e de atores variados da cultura musical.

Até mesmo o peso das grandes gravadoras na distribuição da música para o comércio físico é relativizado com as novas possibilidades que a circulação on-line trouxe ao varejo. A variedade de títulos em forma de CDs, vinis e arquivos virtuais ofertada nas lojas on-line é bastante superior à capacidade de armazenagem dos estoques físicos das lojas convencionais. O custo de armazenamento e de funcionamento de uma loja física é também muito maior do que o de uma loja virtual, cujo investimento está basicamente na aquisição e manutenção de *softwares* e servidores capazes de atender bem à demanda e de hospedar um grande número de arquivos. Em todo o mundo, o setor de vendas físicas minguou, com fechamento expressivo de pontos de vendas especializados. Apenas alguns lojistas que disponibilizam CDs e vinis de pequenos selos independentes, em pontos de venda considerados alternativos ou *cults* – e por isso, valorizados entre comunidades musicais específicas – ainda sobrevivem, ao lado dos setores de discos vinculados a magazines de produtos variados ou a livrarias, os quais não dependem apenas da receita com música.

As lojas on-line, vale lembrar, são beneficiadas por um trabalho gratuito realizado pelos consumidores de música: ao realizar a compra, o ouvinte ajuda o site a “mapear” suas preferências e associá-las às de outros clientes, alimentando gratuitamente o banco de dados dos sistemas de recomendação das plataformas, além de pagar pelos produtos comprados. Como observa George Yúdice, “os servidores, os portais e outros negócios que operam na internet se aproveitam de toda essa atividade que, segundo alguns estudiosos, é trabalho expropriado” (YÚDICE, 2007, p.53). Ao elogiar os sistemas de recomendação e filtros colaborativos disponíveis

nas lojas on-line, no livro *A Cauda Longa* (2006), Chris Anderson não considerou a contribuição gratuita dos usuários desses sistemas, que por sua vez, pode ser utilizado como mais um argumento em favor da gratuidade da aquisição da música e/ou como reforço para a adoção dos modelos de *flot*.

Em plataformas como o MySpace e Youtube, em paralelo à presença dos produtos da indústria fonográfica, grande parte do banco de dados se constitui de produções independentes disponibilizadas de forma gratuita pelos músicos. Eles alimentam a plataforma com gravações, imagens e textos e a busca por esses conteúdos é que faz com que o site atraia publicidade. “Os usuários são os que mais geram conteúdos na internet. Segundo a empresa de consultoria IDC, ‘são os responsáveis por 70% dos conteúdos gerados em 2006’, e se espera que essa cifra aumente” (YÚDICE, 2007, p.71).

Embora o somatório das buscas por produtos *indie* supere a grande procura por produtos *mainstream* no mundo *on-line*, como observou Anderson (2006), para que um músico obtenha destaque nessas plataformas é preciso, entretanto, investimentos financeiros em publicidade convencional ou uma divulgação viral que resulte em aumento de acessos (*page views*). Em ambos os casos, os músicos têm um “lucro” indireto com a divulgação dos seus trabalhos nessas plataformas virtuais, os fãs agregam prestígio aos seus perfis ao disponibilizarem links para gravações e imagens raras, mas o retorno financeiro é quase sempre mais expressivo para os proprietários das plataformas.

Muitos produtos voltados ao consumo em larga escala surgem totalmente à margem da intermediação de grandes empresas, viabilizados de forma independente graças ao barateamento dos meios de produção e circulação. No Brasil, são exemplos disso os gêneros produzidos em estúdios caseiros, a baixo custo, gestados em locais mais distantes

do eixo econômico São Paulo/Rio de Janeiro, como o tecnobrega no Pará¹³ e o arrocha na Bahia¹⁴, que souberam tirar partido até mesmo da pirataria física como forma de divulgação, angariando público para as performances ao vivo. Outros, claramente voltados para o consumo de nicho, têm mais oportunidades de autossustentação mediante a circulação nas redes telemáticas e, algumas vezes, músicas de nicho atingem patamares de circulação massivos. Mas se um produto gravado de forma independente não se opõe, a priori, aos padrões estéticos massivos e ao consumo em larga escala, também as gravadoras se valem da digitalização para testar lançamentos, baratear seus custos, promover contratados em ações de marketing digital e vender tanto álbuns físicos quanto álbuns e singles virtuais. Ou seja, as fronteiras entre o *underground* e o *mainstream*¹⁵ são cada vez mais provisórias, permeáveis e

13 Vide *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música* (CASTRO; LEMOS, 2008).

14 “O Arrocha é um ritmo musical originário da Bahia [...] proveniente da seresta, influenciado pela música brega e o estilo romântico, com modificações que o tornaram, segundo seus adeptos, mais sensual. Estilo musical originário da Bahia, nasceu no Distrito de Caroba na cidade de Candeias. Não é necessário ser tocado por uma banda completa. Normalmente são usados: um teclado arranjador, um saxofone e uma guitarra”. Fonte: Portal do Arrocha. Disponível em: <<http://www.portaldoarrocha.com.br/pg/table/historia.asp>>. Acesso em: 08/03/2011.

15 A compreensão do termo *underground* implica tanto em aspectos plásticos quanto ideológicos e fica clara em oposição ao termo *mainstream*, pois se tratam de duas qualificações bastante utilizadas pela crítica musical. “Os produtos do *mainstream* se pautam, em termos estéticos, pela redundância; pela repetição de fórmulas consagradas, acrescidas de pequenas doses de informação, o mínimo suficiente para que o consumidor possa distinguir, por exemplo, um álbum recente do anterior. A configuração de arranjos, timbres e temas privilegia opções comprovadamente aceitas pelo grande público, o que torna este tipo de música bastante atrelada à gramática de produção preestabelecida e pouco propensa a expandir as fronteiras dessas convenções” (LIMA, 2007, mimeo). “Um produto *underground* é quase sempre definido como ‘obra autêntica’, ‘longe do esquemão’, ‘produto não comercial’” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006, mimeo). “Esta parcela da música popular massiva dispõe de certa liberdade para tensionar os limites das convenções musicais vigentes” (LIMA, 2007, mimeo).



requerem atenção antes de qualquer generalização, levando em conta não só as facilidades técnicas da digitalização, mas como elas se materializam nos produtos, em sua circulação e na cultura musical.

Nas plataformas digitais de circulação, o interesse do ouvinte pela novidade, que impulsionava a venda de gravações mais recentes em suportes físicos, deu lugar à (re)descoberta de velhas gravações, um movimento acentuado em meados da década de 2000.

No varejo tradicional, os lançamentos de novos álbuns respondiam por 63% das vendas em 2005; o resto eram alguns álbuns de catálogos mais antigos, de acordo com a Nielsen SoundScan. On-line, essa porcentagem é o oposto: as novas músicas abrangem cerca de um terço das vendas, enquanto as músicas mais antigas respondem por dois terços. (ANDERSON, 2006, p.129).

Não é seguro projetar a permanência desses percentuais de busca por áudios antigos on-line, uma vez que é possível que parte dos ouvintes esteja remontando, em formato digital, as coleções que possuíam em suporte físico. Mas trata-se de um dado que demonstra uma das transformações geradas pela circulação digital. Por outro lado, a circulação digital permite aos ouvintes “descobrir” antigas gravações antes quase inacessíveis por terem sido realizadas fora do âmbito das grandes gravadoras ou porque, quando lançadas pelas *majors*, não obtiveram sucesso e saíram de catálogo.

Os discursos otimistas quanto à diversidade musical disponibilizada na rede, entretanto, precisam ser relativizados. Se a música independente encontrou na digitalização uma forma de divulgação bem mais eficiente do que quando circulava em formato físico, esses produtos não são de antemão

candidatos a *hit*. O que motiva o interesse das plataformas em disponibilizarem músicas não tão populares, conforme Anderson, é que “como os não-*hits* são tão numerosos, suas vendas, embora pequenas para cada faixa, rapidamente atingem volumes consideráveis” (ANDERSON, 2006, p.19). É a partir desses dados que o autor sustenta sua “teoria de cauda longa”, argumentando que a soma das vendas pontuais de não-*hits* supera as marcas atingidas pelos sucessos massivos.

Se o mercado de *hits* equipara-se com o de não-*hits*, conforme Anderson, os maiores beneficiados com isso são mais uma vez as plataformas *on-line*, que podem ter uma oferta de arquivos digitais teoricamente infinita, e os ouvintes, que ganham mais opções de escolha. Mas o produtor de música independente, embora beneficiado pelas alternativas de divulgação e comercialização do seu trabalho, continua dependendo do sucesso amplo para ter um lucro considerável.

Nesse cenário, as gravadoras continuam dominando as estatísticas de *hits* digitais. Ao analisar as 50 músicas mais vendidas pelo iTunes no mercado dos EUA, em 18 de outubro de 2008, Nicolau Netto constatou que “apenas dez eram de gravadoras independentes, ou seja, 20%, concentrando as *majors* (Sony/BMG, Warner, Universal e EMI) 80% do mercado” (NICOLAU NETTO, 2009, P.150), além do que entre as dez independentes a figurarem na lista, duas das canções eram vinculadas ao selo Big Machine Records, distribuído pela Universal Music Group (UMG).

Isso não impede uma queda geral nas atividades intermediadas pela indústria fonográfica e na remuneração da música em termos gerais. O balanço da IFPI relativo ao ano de 2009 apontou que “para além da indústria fonográfica, o setor musical como um todo – o que inclui publicidade em rádio e realização de shows, por exemplo – teve

uma queda de 8%, com um faturamento estimado em 140 bilhões de dólares. O crescimento da renda com a música ao vivo foi de 4%. Essa cifra tem caído significativamente nos últimos três anos”¹⁶. Já no relatório referente a 2010, a IFPI constata que “o total de vendas das 50 maiores turnês do mundo caiu 12% em 2010 para 2,93 bilhões dólares EUA, segundo a Pollstar”¹⁷.

Vale considerar que essa queda sofre influência também da crise econômica nos países ricos, já que, “Estados Unidos e Japão respondem por 80% do declínio geral do mercado [...] e] descontados esses dois mercados, a queda global no faturamento foi de apenas 3,2%.”¹⁸

A crise econômica que atingiu drasticamente as economias centrais em 2009 e 2010 impede uma projeção quanto a perspectivas do comércio oficial da música, mas é fato que, sob a ótica da indústria, “95% do mercado digital é ilegal”¹⁹.

Considerações finais

Alguns aspectos podem ser elencados a título de conclusões sobre o atual panorama: 1) a digitalização de toda a cadeia musical ocasionou uma maior oferta de produtos, incrementada inclusive pelas facilidades que a digitalização trouxe aos produtores independentes; 2) essa facilidade não implica necessariamente em uma relação igualitária na difusão de produtos musicais

16 Dados disponíveis em <<http://musica.uol.com.br/ultnot/reuters/2010/04/28/industria-fonografica-encolhe-7-em-2009.jhtm>>. Acesso em: 29/1/2011.

17 *Total box office sales of the world's top 50 tours fell by 12 per cent in 2010 to US\$2.93 billion, according to Pollstar.* Disponível em: <<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>>. Acesso em 30/01/2011.

18 Dados disponíveis em <<http://musica.uol.com.br/ultnot/reuters/2010/04/28/industria-fonografica-encolhe-7-em-2009.jhtm>>. Acesso em: 29/1/2011.

19 Dados disponíveis em <<http://musica.uol.com.br/ultnot/reuters/2010/06/21/industria-musical-precisa-de-recovery-de-eminem.jhtm>>. Acesso em: 29/1/2011.

entre atores independentes e grandes empresas; 3) as *majors* de setores de comunicação, informática e entretenimento concorrem com – e superam – as gravadoras no comércio de arquivos, softwares e hardwares relacionados à circulação musical, adquirindo, inclusive, plataformas lucrativas criadas por empreendedores independentes; 4) os ouvintes são cada vez mais ativos na cultura musical, através de suas ações nas plataformas ligadas às *majors* das TIs e do entretenimento e da disponibilização de conteúdos (áudios, vídeos e textos) em sites colaborativos e alternativos; sua demanda por música gratuita não é atendida pela indústria fonográfica, constituindo-se um dos principais fatores da queda de receitas desse setor.

Esse começo do século XXI é marcado por uma instabilidade econômica mundial de ordem mais ampla do que o âmbito da cultura musical. Ademais, o acesso à rede mundial de computadores ainda está bastante aquém da demanda global. Um estudo da Internet Worl Stats indica que até 30 de junho de 2010 apenas 28,7% da população mundial tinha acesso à internet²⁰. Por hora parece mais seguro do que fazer afirmações totalizantes, refletir sobre alguns casos significativos para as transformações na cultura musical, que, talvez, em um futuro de maior democratização digital, sirvam como documentos para compreender as transformações por que passa a música no início dessa nova era.

20 Disponível em: <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>> Acesso em: 01/02/2010.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana. Plataformas de música online: práticas de comunicação e consumo através dos perfis. In: Revista Contracampo, n. 20. Niterói: UFF, 2009, p.147-170.

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

CARDOSO FILHO, Jorge, JANOTTI JR., Jeder Silveira. A música popular massiva, o ma-instream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In: FREIRE FILHO, João; JANOTTI JR, Jeder (Org.). Comunicação & música popular massiva. Salvador: Edufba, 2006, p.11-24.

CASTRO, Oona; LEMOS, Ronaldo. Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

FRITH, Simon. La industria de la musica popular. In: FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John (Org.). La outra historia del rock. Trad. Jorge Conde. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006. p.53-86.

IFPI Digital Music Report 2011. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>>. Acesso em 30/01/2011.

LIMA, Tatiana Rodrigues. Manguabeat – da Cena ao álbum: performances midiáticas de Mundo Livre S/A e Chico Science & Nação Zumbi. (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador: FACOM/UFBA, 2007.

MIÈGE, Bernard. As indústrias culturais e mediáticas: uma abordagem sócio-econômica. Trad. Roberto Chiachiri. In: MATRIZes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, vol. 1, n. 1. São Paulo: Edusp, out. 2007.

NEGUS, Keith. Los gêneros musicales y la cultura de las multinacionales. Trad. Estela Gutiérrez Torres. Barcelona: Paidós, 2005.

NICOLAU NETTO, Michel. Música brasileira e identidade nacional na globalização. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2009.

SÁ, Simone Pereira de. Telefonía móvel e formas de escuta na contemporaneidade. In: Razón y Palabra, v. 41. México, out./nov, 2004, p.1-16.

SANTINI, Rose Marie. Admirável chip novo: a música na era da internet. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2006.

THÉBERGE, Paul. 'Conectados': la tecnologia e la musica popular. In: FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John (Org.). La outra historia del rock. Trad. Jorge Conde. Barcelona: Ediciones Robinbook, 2006, p.25-52.

YÚDICE, George. Nuevas tecnologias, música y experiencia. Barcelona: Gedisa, 2007.

Indústria fonográfica X novas plataformas musicais -
Trânsitos sonoros na era da Internet
Tatiana Rodrigues Lima

Data do Envio: 23 de março de 2011.

Data do aceite: 22 de maio de 2011.





Sonoridade - elemento integrante da linguagem e cultura radiofônica

Loudness - integral part of language and culture radio

Graziela Bianchi ¹

RESUMO A participação da sonoridade na constituição da linguagem e cultura radiofônica é abordada nesse artigo. O pensamento aqui desenvolvido é parte de uma pesquisa mais abrangente, que relacionou a trajetória de escuta radiofônica, com todos os seus elementos constituintes, a partir da escuta de ouvintes hoje idosos, que acompanharam o desenvolvimento do rádio desde seus primórdios. Pretende-se aqui, de um ponto de vista teórico, relacionar e refletir sobre alguns dos elementos que estruturam a sonoridade do rádio.

PALAVRAS-CHAVE Sonoridade; Rádio; Cultura Radiofônica.

ABSTRACT The participation of the sounds in the constitution of language and culture radio is approached in this article. The thought here developed is part of a larger study that linked the trend of listening to radio, with all its elements involved, from listening to older listeners today, which followed the development of radio since its inception. It is intended here, a theoretical point of view, relate and reflect on some of the elements that shape the sound of the radio.

KEYWORDS Sound; Radio; Culture Radio.

¹ Doutora em Ciências da Comunicação (Unisinos-2010). Professora nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Associação Educacional Luterana Bom Jesus\elusc- Joinville\SC. Coordenadora da Revista Rastros. Entre suas pesquisas destaca-se a ênfase na investigação sobre a relação dos meios de comunicação, especialmente o rádio, e seus públicos.



Situar elementos que constituem o rádio é um movimento realizado nesse artigo com o intuito de evidenciar o necessário diálogo entre um desenvolvimento industrial-estrutural do rádio como meio de comunicação, relacionando à produção radiofônica com seus arranjos, e o movimento de escuta de toda essa fabricação, executado e mobilizado pela recepção.

O que se objetiva, ao se trazerem questões sobre o desenvolvimento radiofônico, compreendido em uma perspectiva que percebe criação, consolidação e percurso de uma cultura radiofônica² é compreender os caminhos percorridos nas trajetórias de escuta dos ouvintes, no movimento aqui descrito, de um ponto de vista teórico. Interesse, que em uma perspectiva mais ampla, foi desenvolvido no processo de pesquisa do doutorado, e que consistiu em compreender os elementos que configuraram tais escutas. Entretanto, para entendê-las, é necessária a compreensão de articulações muito próprias do rádio, desde seu caráter constituinte, ou seja, um meio que mobiliza o sentido da escuta, até de caráter mercadológico e/ou industrial envolvido nesse processo.

Não se objetivou construir ou reconstruir uma história do rádio, mas entender as ligações e os vínculos existentes entre a construção da história do rádio como mídia e o desenvolvimento da trajetória de escuta dos ouvintes. Essa perspectiva está inscrita no interior de uma concepção trabalhada na investigação que concebeu como crucial a participação dos receptores dentro do processo comunicacional.

2 Conceituação que possui uma correspondência e inspiração direta no que María Cristina Mata trabalha acerca da cultura mediática e também sobre a memória da recepção. Ver neste sentido Mata (1991); Mata (1999).

Cultura radiofônica

Ao longo de um percurso de convívio e desenvolvimento do rádio na sociedade brasileira, ele foi se constituindo como um fenômeno cultural de múltiplas dimensões e sentidos. Foi capaz de ir se adequando às mudanças que se operaram no tecido social e, com elas, às modificações que foram sendo manifestas na vida, no cotidiano das pessoas. O rádio representou, na história recente do Brasil, o primeiro veículo de comunicação de massa que efetivamente passou a fazer parte do conjunto social de vida dos indivíduos, com participação consistente e transformadora na trajetória dos sujeitos.

Essa característica se deve a um conjunto de fatores múltiplos e interligados. O primeiro deles talvez seja o que se vincula à característica de *oralidade*, constitutiva desse meio de comunicação. Essa forte relação existente entre rádio e oralidade é uma marca que pode ser percebida especialmente nas culturas latino-americanas que possuem essa característica como parte de sua constituição. Entretanto, é importante ressaltar que não se está partindo de uma perspectiva em que a oralidade é tida como característica do passado ou até mesmo ultrapassada, de uma cultura que já se “desenvolveu”, mas é parte constituinte do presente, se mostra transformada, convivendo com uma série de outras características, sejam elas atuais ou não. Ao se trabalhar no âmbito da recepção, e nesse caso em especial, com indivíduos idosos, pressupõe-se que a cultura oral tem uma relevância bastante significativa. Alia-se então público e meio que possuem na oralidade uma marca comum.

Ressalta-se também a importância de se estabelecer uma relação entre a oralidade existente no âmbito da cultura e a oralidade midiaticizada pelo radiofônico. Para Jesús Martín Barbero, vivemos em um tempo que se observa uma co-existência entre as diferentes manifestações comunicativas.

Falar de meios de comunicação na América Latina se transformou em uma questão de envergadura antropológica, pois o que está em jogo são profundas transformações na cultura cotidiana das maiorias, e especialmente nas novas gerações que sabem ler, mas cuja leitura é atravessada por uma pluralidade de textos e escritos que hoje circulam. O que então necessitamos pensar é a profunda compenetração- a cumplicidade e complexidade das relações – que hoje se produzem na América Latina entre a oralidade que perdura como experiência cultural primária das maiorias e a visualidade tecnológica, esta forma de “oralidade secundária” que tecem e organizam as gramáticas tecnoperceptivas do rádio, do cinema, do vídeo e da televisão. Tradução nossa. (MARTÍN-BARBERO, 1999, p.34)

Seguindo nessa mesma perspectiva, Martín-Barbero destaca que na atualidade há a relação de convivência entre construções como a oralidade e o que o autor denomina de *visualidade tecnológica*, onde estariam inscritas as experiências mediadas tecnologicamente. O que se coloca então a partir do estabelecimento de relações desta natureza é a coexistência da oralidade com “novos” modos de se perceber e realizar a comunicação, nesse caso, especialmente via mídias. Além disso, mesmo as tradicionais práticas orais ainda mobilizadas passam por processos de reconfiguração, especialmente em função do midiático.

Na relação estabelecida entre significações de uma escuta midiaticizada pelo rádio, coloca-se a importância de se perceber também os sentidos gerados e o que se produz a partir deles. As múltiplas possibilidades ofertadas pelas produções radiofônicas colocam a necessidade de se observar

e analisar os aspectos constituintes envolvidos. Essa voz que não é simplesmente composta pela fala humana, mas que integra outras sonoridades como os efeitos, a música, sons que funcionam como marca para um programa, um locutor, um personagem, e que, juntas, passam a compor um quadro de oralidade e sonoridade midiaticizada. A mobilização que cria sentidos no ouvinte é feita pela voz. Ela está intimamente direcionada também pela memória e por seu intermédio se dá o acionamento de referenciais simbólicos diversos, e entre eles os midiáticos. O direcionamento, as variações que abrangem intensidade, velocidade, ritmo, articulação fazem da voz midiática um elemento com características iguais a da voz utilizada na relação interpessoal, mas que carrega em si as referências simbólicas presentes no meio, no produto midiático e no papel representado por aquele que a possui.

Nenhum dos sistemas expressivos que constituem a linguagem radiofônica é por si só fundamental para a produção de sentido. No entanto, porque é o instrumento habitual de expressão direta do pensamento humano e veículo de nossa socialização, a palavra é indispensável no conjunto da linguagem radiofônica. Aquelas criações que determinam um êxito comunicativo, ainda que, de uma perspectiva experimental, é possível reconhecer um grande valor pelo que representa de contribuição ao desenvolvimento da linguagem radiofônica. Tradução nossa. (BALSEBRE, 2007, p.33)

O caráter de vinculação intrínseca com a oralidade que o rádio institui é que o aproxima da vida, do cotidiano e da experiência dos indivíduos. É a manifestação de mesclas oriundas das mais diferentes vertentes e representa um movimento que é muito bem expresso por Martín Barbero:



O que paradoxalmente resulta, é o que constitui a especificidade histórica do popular na América Latina: ser espaço denso de interrelações, intercâmbios e reapropriações, o movimento de mestiçagem. Mas de uma mestiçagem que é um processo não puramente “cultural”, mas dispositivo de interrelação social, econômica e simbólica. Tradução nossa. (MARTÍN BARBERO, 2002, p. 137).

Entende-se a oralidade como uma característica típica e configuradora do rádio, e, para além disso, que também propicia importantes vinculações entre a cultura e a própria cultura midiática. Se prosseguirmos no raciocínio empreendido por Martín Barbero, conseguimos compreender a importância de se considerar esses vínculos e relacioná-los nas conformações que articulam a cultura, a oralidade e o rádio como expoente de um processo de midiaticização social. Nesse sentido, compartilho com o pensamento de Martín Barbero (2002) quando considera a cultura como o lugar privilegiado *desde* o qual se pode compreender as diversas imbricações relacionadas aos fenômenos comunicacionais. E nesse caso, referindo ainda a essa mesma concepção, tais opções não se revelam arbitrárias ou simplesmente dadas ao acaso, mas são algumas exigências vinculadas ao próprio objeto/problema de estudo. Para se compreender relações como as que se manifestam entre rádio e oralidade, é preciso observar imbricações no âmbito da cultura vivida pelos sujeitos.

Para se entender o papel desempenhado pela oralidade em nossas culturas latino-americanas e buscar compreender os vínculos existentes com o desenvolvimento do rádio é preciso relacionar a trajetória descrita por esse traço de nossa formação cultural. Sem a tradição de uma “cultura letrada”

por excelência, a oralidade foi se constituindo como um importante elemento de formação cultural, educacional e de sociabilidade em países como o Brasil, e se afirmando também como um traço identitário de um povo. Em algumas visões ortodoxas, essa característica poderia representar um “atraso cultural”, uma demonstração de subdesenvolvimento. No entanto, ao se relacionar a forte ligação existente entre rádio e oralidade, e a importância que este meio de comunicação teve e tem em nossas sociedades, é mais coerente, na perspectiva que adoto nesta investigação, aproximar-me da visão exposta por Martín Barbero ao refletir sobre essas características:

Não letrada significa então uma cultura cujos relatos não vivem em, nem do livro, vivem na canção e no refrão, nas histórias que se contam de boca em boca, nos contos e nas piadas, no acaso e nos provérbios. De maneira que inclusive quando esses relatos são colocados por escrito não possuem nunca o status social do livro. Tradução nossa. (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.153).

Dentro desse universo expresso pela oralidade há a presença insubstituível do *elemento sonoro*. Sonoridade esta que se revela como uma importante marca que orienta, distingue e constitui não só o fazer radiofônico, mas que também mobiliza os sentidos da escuta. É o som que advém da fala, do ruído, da música, de todo esse conjunto sonoro composto e múltiplo. Nesse contexto, o som opera das mais diferentes formas, marcando presença em distintos aspectos que participam na vida dos sujeitos. Entre eles, o que está vinculado ao caráter relacional entre a audição e a afetividade. Isso porque, sob o ponto de vista de uma abordagem psicológica dessa ligação, entende-se que o sentido auditivo está, em grande medida, ligado às vivências afetivas dos

indivíduos. Tal consideração é feita pensando em uma perspectiva mais global de relevância sonora das vivências humanas.

Se analisarmos mais detidamente aspectos particulares dentro desse universo sonoro, chegaremos até a *música*. E este talvez seja um elemento que pode não só suscitar uma rica discussão, como também é um instrumento oportuno para perceber e compreender a relação afetiva que se estabelece com o som, dada a intensidade expressiva e emocional que é capaz de mobilizar. A partir dela, Mario Kaplún (1978) situa algumas reflexões em seu uso como parte integrante de uma linguagem radiofônica:

Um bom emprego da linguagem musical abre, em compensação, caminhos insuspeitadamente ricos para a comunicação radiofônica. Entre as imagens auditivas mais sugestivas que é possível criar, figuram aquelas que são geradas por um uso inteligente e imaginativo de temas musicais. Tradução nossa. (KAPLÚN, 1978, p.61).

A utilização da música é, entretanto, um dos elementos que trabalha nessa composição da linguagem do rádio. Sua potencialidade é revelada quando atua também em conjunto com outros aspectos constituintes do meio, seja a palavra ou efeitos sonoros, traduzidos e representados por este ou aquele gênero radiofônico.

A linguagem radiofônica

A estrutura que forma a linguagem pela qual o rádio institui a comunicação com seus públicos é dotada de complexidade. O verbal, o não verbal, as diferentes sonoridades, os recursos técnicos, todos, cada qual em sua função, organizam um sistema que objetiva comunicar.

Uma síntese pertinente para se compreender a maneira como a linguagem radiofônica opera e pode ser compreendida é desenvolvida por Armand Balsebre (2007). Para ele, a estrutura da mensagem sonora é composta por elementos que estão sintetizados nas *palavras, na música e nos ruídos, ou efeitos sonoros*. Sua elaboração parte do pressuposto que esses três sistemas, com suas particularidades, ao se comunicarem, possibilitam a existência da linguagem radiofônica. Sendo assim, desenvolveu uma síntese que procura abarcar os aspectos constituintes dessa linguagem.

Linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas por sistemas expressivos da palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto de recursos técnico-expressivo da reprodução sonora e o conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativa-visual dos radiouvintes. Tradução nossa. (BALSEBRE, 2007, p. 27).

Pode-se então perceber que a linguagem radiofônica articula características que vinculam a *música* a um sentido afetivo, emotivo, mas que no interior da constituição radiofônica, ela terá funções marcadas na constituição do que se considera como a própria linguagem radiofônica. Seriam as marcações de natureza gramatical dentro do rádio, onde é utilizada na separação de blocos de textos ou mesmo na mudança de assuntos. Atua também como um momento de passagem, uma pausa entre um estágio e outro. Pode exercer também uma função expressiva, criando uma espécie de atmosfera sonora, conduzindo a diferentes sentidos.

Como função descritiva, poderá estabelecer relação com cenários, podendo expressá-los de



maneira singular. Em uma perspectiva que sugira uma reflexividade, ela se estabelece como pontuação, de forma que o ouvinte tenha certo tempo para pensar e recapitular o que ouvira até então. Utilizada em programas radiofônicos relacionados à dramaturgia, a função ambiental está relacionada à reprodução de ambientes em que se fazem necessários os sons que ela reproduz.

No rádio, e sobretudo em radiodrama, a música constitui também uma linguagem; adquire valor de signo expressivo, como a palavra. Não a utilizamos como mero adorno, mas para sugerir e significar algo; sublinhar uma situação, descrever um estado de ânimo. Tradução nossa. (KAPLÚN, 1978, p. 88).

Sendo assim, ao se falar em sonoridade, cabe também ressaltar que não só a música exerce papel fundamental como este elemento constituinte da linguagem radiofônica, mas toda a natureza de efeitos sonoros que são traduzidos como a materialização dos objetos que buscam representar. Da mesma forma que a música, também estão relacionadas às determinadas funções que exercem. E para relacioná-las, poderia citar a função expressiva como expressão do valor comunicativo que os efeitos sonoros são capazes de mobilizar. Assim como ocorre com a música, em certas ocasiões estão ligados à criação de uma atmosfera emocional, propiciando uma sensação expressiva da realidade em questão, seja ela representada ou mesmo fabricada.

Nesse universo tão rico de sensações que os sons, a música, como componentes da linguagem radiofônica, propiciam, é inevitável não pensar na feliz analogia realizada por Gaston Bachelard ao dar como título “Devaneio e rádio” ao capítulo em que trabalha essas dimensões que relacionam o

envolvimento da escuta radiofônica, as maneiras como o som e o rádio participam nas construções subjetivas dos sujeitos:

O ouvinte encontra-se diante de um aparelho. Está numa solidão que não foi ainda constituída. O rádio vem constituí-la, ao redor de uma imagem que não é apenas para ele, é para todos, imagem que é humana, que está em todos os psiquismos humanos. Nada de pitoresco, nenhum passatempo. Ela chega por trás dos sons, sons bem feitos (BACHELARD, 2005, p.133).

No processo que configura a linguagem radiofônica, diferentes perspectivas estão presentes. Dentre elas, uma que se coloca como mais elementar, mas que possui um papel primordial, que define outras tantas atribuições. Trata-se do componente técnico\tecnológico que configura o próprio meio. Balsebre (2007) relaciona a maneira como essa participação se articula.

A noção de tecnologia, como um processo de\formante do sinal sonoro original, cujos recursos expressivos influem decisivamente na codificação das mensagens sonoras do rádio. A codificação de uma mensagem não pode ignorar que a mensagem percebida e interpretada pelo ouvinte através da reprodução sonora não recolhe objetivamente o sinal sonoro original. Os microfones têm curvas de resposta diferentes do ouvido humano. E o sistema de propagação eletromagnética do som radiofônico, ainda que se produza através da Frequência Modulada (sistema que contempla uma maior fidelidade) também reduz a qualidade do som original. Além disso, através de magnetófonos, filtros, reverberadores e

outros elementos próprios de uma unidade de gravação e reprodução sonora, o criador incorpora toda a codificação da mensagem os recursos expressivos da organização sonora: todos aqueles procedimentos técnicos que por meios artificiais permitem dar ao ouvinte a ilusão de uma determinada realidade sonora. Tradução nossa. (BALSEBRE, 2007, p. 26).

Pensar o rádio pelo viés de uma perspectiva que aponta para o seu desenvolvimento técnico e/ou tecnológico não significa reduzir seus outros níveis de constituição que, com o passar do tempo, também sofreram transformações. No entanto, é o trabalho de tentar situar como os processos que atuam para além dos conteúdos presentes e expressos no e pelo universo radiofônico também participam de sua estruturação e evolução.

Os gêneros

A perspectiva que busca no interior das culturas o entendimento acerca dos usos dos meios é trabalhada por Jesús Martín Barbero (1998). Postulará então que é no gênero como estratégia de comunicabilidade que teremos a compreensão sobre o desenvolvimento de competências, essenciais para se compreender os movimentos da recepção radiofônica.

Os gêneros são compreendidos como sendo possíveis articuladores da ligação entre as diferentes lógicas da produção e do consumo midiático. Representam a possibilidade de entrada para entendimento das múltiplas lógicas da recepção dos meios. “São suas regras que, basicamente, configuram os formatos e é neles onde se ancora o reconhecimento cultural dos grupo.” Tradução nossa. (MARTÍN BARBERO, 1998, p. 309).

Entretanto, é importante situar as perspectivas desde onde se percebem esses movimentos. É na

cultura, na sua constituição repleta de conflitos, anacronias, tempos múltiplos que esses gêneros vão ser compreendidos, apreendidos, significados. São componentes que, ao serem analisados, refletidos, revelam mobilizações e modos de apropriação das mídias por seus consumidores.

Importantes “chaves” são apontadas por Martín Barbero para se compreender melhor os modos como operam os gêneros na recepção gerando, entre outras características, competências comunicativas. Essa noção desenvolvida pelo autor é frutífera para se compreender a recepção. No entanto, está situada em um território onde importantes aspectos constituintes estão implicados, entre os principais, o conceito de *habitus de classe* para compreender como se processam esses modos de consumir as mídias. Esse conceito não implica somente na noção de classe por uma vinculação primordialmente econômica ou social, mas se relaciona muito mais ao cultural, aos usos, organizações espaço-temporais implicadas, ou seja, um conjunto de fatores que, em relação, colaboram no desenvolvimento de competências culturais, mas também comunicativas e na forma como estas são expressas.

Competência que vive da memória – narrativa, gestual, auditiva- e também dos imaginários atuais que alimentam o sujeito social feminino e juvenil. O acesso a todos esses modos passa inevitavelmente por um ver com as pessoas que permita explicitar e confrontar as modalidades diversas e as competências que elas ativam, e os relatos- histórias de vida – que nos conta e dão conta deles. Tradução nossa. (MARTÍN-BARBERO, 1998, p. 308).

Novamente, se evidencia neste trabalho um caminho em que as discussões da noção abrangente



de receptor dos meios de comunicação não estão deslocadas da recepção radiofônica em específico. No rádio temos as questões particulares apontadas, mas que estão incluídas no âmbito de reflexões que abrangem a problemática de maneira articulada.

Os gêneros figuram então como modos de reconhecimento, são estruturados de forma que organizam, de certa maneira, os modos de relacionamento dos públicos com os meios. No caso do rádio, essas manifestações são muito intensas, e por isso mesmo, possíveis de se identificar e analisar. E nesse caso, percebo a forte articulação existente entre os conceitos de competência radiofônica, usos e *habitus* de escuta e a participação dos gêneros radiofônicos. O que é possível compreender é que os gêneros radiofônicos são elementos chaves na configuração dessas práticas e/ou vivências articuladas com o rádio. Nesse sentido é que a compreensão se aproxima muito da analogia que Martín Barbero realiza ao comparar os gêneros com um idioma falado, onde é possível que o sujeito desconheça a sua gramática estruturante, mas conheça e domine o seu funcionamento e consiga transitar muito bem nessa conformação conseguindo, inclusive, desenvolver e demonstrar competências surgidas nesse processo.

De todas as formas, cabe situar também que os gêneros não são estruturas estanques, imutáveis. Eles se articulam no processo, na diversidade das mudanças, na relação com outras estruturas dentro do próprio meio. Estruturas que estão relacionadas com modelos e estilos de programação, com a própria emissora, com os horários, com os sujeitos condutores, e que só no conjunto e no processo é que ganham consistência e que apresentam também como característica a dinamicidade. É o que Martín Barbero (1998, p.310) denomina como “a trama do palimpsesto”. E nessa trama, a atenção para as especificidades de cada meio, no caso do

rádio, cada emissora, ou mesmo cada programa, todos componentes nessa formação.

O caráter de mobilidade que pode se atribuir ao gênero é cada vez mais perceptível aos pensarmos nas produções midiáticas como um todo. Observa-se muitas mesclas, profusão de arranjos e rearranjos que acabam até mesmo por formar novos gêneros. A televisão que busca inspiração no rádio, que se reorganiza em função da própria TV, que compartilha características com a Internet num processo dinâmico, sempre inacabado. De todas as formas, cabe mais uma vez ressaltar questões que aproximam a discussão do gênero no rádio:

Por gênero radiofônico se entende cada um dos modos de harmonizar os distintos elementos da mensagem radiofônica de maneira que a estrutura resultante possa ser reconhecida como pertencente a uma modalidade característica da criação e difusão radiofônica.. Tradução nossa. (HAYE, 2003, p. 100).

Sendo assim, há que se compreender o gênero como mobilizador de estruturas que carregam consigo características que operam como organizadoras de narrativas. No caso dos meios, são formuladas tendo influências internas e externas ao midiático, bem como são passíveis de modificações e reorganizações. E entre os gêneros radiofônicos, destaco a radionovela, a música e os programas de auditório e os informativos pela relevância expressa nas memórias da recepção.

A música

A música é um dos componentes que Balsebre situa como fundamental na constituição da linguagem radiofônica. No rádio, ela se presta a uma gama de funções, sendo utilizada por diferentes

formatos, desde o noticioso, o entretenimento, na publicidade radiofônica. Junto com os efeitos sonoros, e na junção com o verbal, a música pode adquirir diferentes funções.

Entre os autores que discutem a participação da música nas programações radiofônicas está Rafael Beltrán Moner (2005). Ele trabalha na perspectiva de organizar as potencialidades da música para os meios audiovisuais. Para tanto, empreende algumas classificações, como forma de melhor estruturar a compreensão das possibilidades de uso e também da maneira como podem ser entendidos.

A música, como meio expressivo de ambientação, será classificada em três qualidades: música objetiva, música subjetiva e música descritiva. Música objetiva é aquela que participa na ação de uma forma real e sem possibilidade de exclusão. Qualquer elemento reprodutor de música pode aparecer na narração “ao vivo” e tem que soar tal como é, com seu som e suas características próprias. Estilo, época, timbre. Música subjetiva, ou sugestiva, é a que expressa ou apóia uma situação emocional concreta, criando o ambiente anímico que não é possível reproduzir por meio da imagem e\ou palavra. Música descritiva é aquela que por sua forma de composição e suas características tímbricas nos proporciona a sensação de um efeito ou situação natural. O vento, a chuva, o fogo, os pássaros, uma paisagem, um lugar determinado, uma época e outras circunstâncias ambientais isentas de sentido anímico ou argumento dramático emocional são motivos que esta música pode descrever através das sensações auditivas. Tradução nossa. (MONER, 2005, p. 13).

Também não há como deixar de pensar no silêncio como elemento que participa e exerce uma função primordial no rádio. Se, a partir de Balsebre, se compreende a linguagem radiofônica composta pela música, efeitos sonoros e o verbal, quando o silêncio acontece, há uma razão importante. Para Moner (2005), o silêncio também pode ser compreendido a partir de classificações, observando sua natureza e utilização. Relaciona então a divisão entre o silêncio objetivo e subjetivo.

Silêncio objetivo não é mais do que a ausência de música ou ruído. Classificar o silêncio como “objetivo” pode parecer lugar comum, no entanto, utilizamos essa denominação unicamente para distinguir do silêncio subjetivo que, como veremos, devemos considerar. Silêncio subjetivo é, assim, a anulação da música subjetiva e ruído subjetivo, conseguindo com a ausência destes, outro meio de expressão para criar um ambiente emocional. A tensa contenção dramática antes de uma exteriorização sublime pode ser resolvida com o silêncio. Tradução nossa. (MONER, 2005, p. 15).

Na trajetória do rádio, brasileiro, pode-se dizer que a música sempre ocupou um lugar de destaque. Se considerados programas que já não estão mais em atividade, como as radionovelas e programas de auditório, a música tinha um papel preponderante. No caso das radionovelas, a música foi um elemento com forte participação, tendo grande importância na criação de cenários, e ajudando a reforçar a imaginação dos ouvintes.

Nos antigos programas de auditório, a música teve também grande relevância. Cada emissora possuía sua orquestra, que estava à disposição para ser utilizada em diferentes atrações. No caso dos



programas de auditório, em alguns casos, a música era a própria razão de ser. Isso pode ser observado em atrações como o Clube do Guri, programa onde crianças eram apresentadas como calouros, e que até hoje é lembrado, entre outras características, por ter revelado a cantora Elis Regina.

O espaço e a natureza de uso da música no rádio foram, ao longo dos anos, sendo transformados. No entanto, a sua importância e a sua força como elemento constituinte de diferentes produções radiofônicas se revelam na perspectiva do passado e do presente. Isso é constatado quando, por exemplo, os ouvintes expõem suas lembranças musicais. E entre gostos e competência que o rádio foi criando e alimentando entre seus ouvintes, a música figura entre os principais.

A sonoridade que emana do espaço ocupado pelo rádio é resultado de uma composição múltipla e complexa. Efeitos sonoros, silêncio, música, vozes, palavras habitam o lugar da criação de sentidos. Percebe-se então como esses elementos, cada um em seu tempo e lugar, cada qual em consonância e comunicação com o outro, ajudam a constituir a linguagem radiofônica. Linguagem esta que mobiliza a audição, mas que por sua rica formação e articulação possível, é capaz de conduzir o ouvinte pelos demais sentidos, imaginando, enxergando até mesmo o que não se mostra visível. O que o rádio possibilita aos seus usuários é um conjunto de experiências sensíveis que possuem vinculação direta com a forma pela qual sua linguagem se estrutura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNHEIM, Rudolf. Estética Radiofônica. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980.

BACHELARD, Gaston. Devaneio e rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (org). Teorias do rádio: textos e contextos, v.1. Florianópolis: Insular, 2005.

BALSEBRE, Armand. El lenguaje radiofónico. Madrid: Ediciones Cátedra. 2007.

BARBOSA FILHO, André. Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio. São Paulo: Paulinas, 2003.

FERNÁNDEZ, José Luis. La construcción de lo radiofónico. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

GÓMEZ VARGAS, Héctor. Los usos sociales de la radio – que no pare la musica. In: Estudios sobre las culturas contemporáneas, n. 16/17. Editorial Programa Cultura Universidad de Colima, 1994.

_____. En búsqueda de la audiencia radiofónica. In: Revista Comunicación y Sociedad, n. 14/15, p. 83-107, jan./ago. 1992.

_____. Biografías Radiofónicas y mundos sociales paralelos. In: Revista Signo y Pensamiento, n.33. Universidad Javeriana: Departamento de Comunicación, 1998. p. 59-76.

KAPLÚN, Mario. Producción de programas de radio – el guión-la realización. Quito, Ecuador: Ciespal, 1978.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hemonía. Santafé de Bogotá: Convenio André Bello, 1998.

_____. Los ejercicios del ver – hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

_____. Oficio de cartógrafo – travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago do Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002.

_____. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: Sociedade Midiatizada. MORAES, Denis de (org). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MATA, María Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. In: Diálogos de la Comunicación. Lima. n. 50 Peru:Editora,. 1999.

_____. Radio: memorias de la recepción –

aproximaciones a la identidad de los setores populares. In: Diálogos de la Comunicación, n 30. Lima, 1991.

_____. Rádio: memórias da recepção: aproximação à identidade dos setores populares. In: MEDITSCH, Eduardo (org). Teorias do Rádio: textos e contextos, v.1. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. Interrogaciones sobre el consumo mediatico. In: Nueva Sociedad, n. 140, 1995.

MONER, Rafael Beltrán. La ambientación musical em radio y televisión: selección, montaje y sonorización. Madrid: Instituto Oficial de Rádio y Television, RTVE, 2005.

OMAR, Rincón. Narrativas de la radio. In: Narrativas mediáticas: o cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento. Barcelona: Editorial Gedisa, 2006.

Sonoridade - elemento integrante da linguagem e cultura radiofônica.

Graziela Bianchi

Data do Envio: 30 de março de 2011.

Data do aceite: 01 de junho de 2011.





Rádio na Web - Um novo modelo de comunicação radiofónica

Radio and the Web - A new model of radio communication

Nair Silva¹

RESUMO A Internet posicionou a rádio num ambiente digital sem precedentes, com a produção e gestão de novos conteúdos áudio. A estrutura da comunicação foi alterada e continua em desenvolvimento, razão pela qual, devemos tentar compreender as implicações desta mudança ao nível dos procedimentos, da apresentação dos conteúdos e das consequências. Este trabalho propõe-se a uma análise exaustiva das páginas online das principais rádios de informação portuguesas e a uma comparação com aquilo que pode constituir um modelo alternativo, o site da BBC Radio. As principais conclusões apontam para as vantagens que o modelo BBC impõe no cenário mediático, embora insuficientes ao verificar que apesar de proporcionar oportunidades aos seus ouvintes de intervirem na esfera pública, essa ligação nem sempre é bem conseguida.

PALAVRAS-CHAVE Rádio; Internet; BBC.

ABSTRACT The internet has placed traditional radio in a new environment with regard to the production and management of different audio contents. Communication structure was altered and it's still developing, reason which we should try to understand the implications of this change while talking about procedures, content presentation and consequences. This study suggests an exhaustive online Portuguese radio talk analysis and a comparison with what may consist in an alternative version, the BBC Radio website. The conclusions reflect the advantages that BBC structure brings to media scenario, although insufficient, while verifying that many opportunities are given to listeners to step on the public sphere, that connection is not always well succeeded.

KEYWORDS Radio; Internet; BBC.

¹ Nair Silva é Mestre em Jornalismo e Doutoranda na Universidade Fernando Pessoa. É ainda responsável pelo Laboratório e Estúdio de Rádio da mesma Universidade. Iniciou-se como investigadora no ano de 2006, cujo trabalho resultou na publicação do seu primeiro livro: *A Génese do Jornalismo Lusófono e As Relações de Manuel Severim*, na área da História e Teoria da Jornalismo. No presente, pretende aprofundar e encontra-se a desenvolver temáticas ligadas ao ciberjornalismo, transformações de paradigma e jornalismo multimédia.

Introdução

Ao iniciarmos o estudo sobre as rádios de informação online, nas suas diferentes manifestações e capacidades, fazemo-lo à luz de uma análise singular do instrumento electrónico mais antigo que a história tem memória. Sem esquecer o seu passado, o enquadramento da rádio na Internet traz consigo novas expressões de manifestação social e recentes inquietações, fruto desta rápida emergência de novos formatos e tecnologias digitais de áudio. A rádio impôs-se, ao longo do tempo, como um dos mais importantes meios de comunicação e informação, por apresentar as notícias em primeira mão e poder ser ouvida sem qualquer tipo de custo, enquanto efectuamos outras actividades.

É notória a influência do computador nas relações humanas, com a técnica a dominar cada vez mais a comunicação. O manifesto desenvolvimento tecnológico, aliado ao processo comunicativo, veio permitir e sustentar a modificação na forma como as pessoas se relacionam, baseando essa relação na mediação tecnológica, da qual a Internet é o mais potente motor.

Assim, interessa perceber até que ponto as páginas das rádios de informação estão adequadas ao impacto e real alcance das possibilidades técnicas da Internet. A importância desta abordagem relaciona-se com o próprio desenvolvimento da Internet e adequação das rádios à Web, enquanto novo meio de comunicação, capaz de produzir diferentes formas de utilização da informação e reconstrução do campo das ciências da comunicação.

Estarão, então, as rádios portuguesas de informação online formatadas? E estarão as rádios de informação portuguesas a aproveitar as potencialidades oferecidas pela Internet? E poderá o modelo britânico da BBC apresentar vantagens

em relação ao das rádios portuguesas? Quais vantagens (e quais eventuais inconvenientes)?

Através de uma análise exaustiva das características individuais de cada rádio, assim como da avaliação dos principais serviços, programas, graus de interacção e perfil, partimos para uma abordagem comparativa das rádios nacionais de informação com a internacional BBC Radio, que resulta de uma combinação de elementos tradicionais de emissão, com os conteúdos complementares que podemos encontrar numa rádio online e com isso tentar apresentar as diferenças que podemos encontrar na estação BBC Radio, como modelo comparativo às portuguesas.

No admirável mundo das novas tecnologias, há um encontro permanente entre o número ilimitado de mundos e condições possíveis. Essa é, em parte, a sua riqueza e a sua ameaça, se pensarmos que o método como a informação é processada, permite uma fórmula cada vez mais plural, multidimensional e imediata. Os acontecimentos são únicos, ignorando diferenças horárias e noções espaciais. A informação mediática altera a percepção do mundo, pela forma como consegue diluir as fronteiras que separavam as comunidades, alterando a concepção do ritmo de circulação da informação. A rádio deveria fazer uso das suas possibilidades de interactividade, fomentando uma comunicação bilateral, que tomasse em consideração a contribuição dos ouvintes, num processo de intercâmbio comunicativo. Um meio de comunicação com características técnicas muito próprias, baseadas exclusivamente no som. A primazia dada à voz e à palavra falada sustenta-se em conceitos acústicos que justificam o constante apelo da rádio à imaginação e o seu reconhecimento, pelos profissionais que, diariamente, preparam novos universos estéticos que se cruzam com a consciência dos ouvintes.



A rádio e a Sociedade de Informação

A problematização de conceitos como o de esfera pública de HABERMAS (1962) traz consigo novos ângulos de abordagem. Estamos fundamentalmente a falar do novo paradigma comunicacional que acarreta imperativamente um modelo que tenta uma “democratização” entre o meio, mensagem, receptor e emissor. CANAVILHAS (2006, p. 1) propõe um conceito de esfera pública “(...) como uma instância da vida social que implica o exercício público da racionalidade em torno de questões de interesse colectivo ou um domínio da vida social associada à formação da opinião pública. São precisamente as opiniões públicas - ou direi publicadas - nos meios mediáticos que ao ganhar visibilidade mantêm outras tantas opiniões em circulação e discussão na esfera que a circunda.

Há um lado negativo depositar todas as esperanças nas mudanças tecnológicas. Não será isso a tábua de salvação da rádio, tal como a conhecemos hoje. Em todo o processo de radicação das infotecnologias, existem diferentes graus de aceitação, ou talvez um défice social, quando diferentes classes são expostas às novas tecnologias. Se há uma defesa do espaço público e o alternativo, faz sentido falar em desenrolar de processos comunicativos, intercâmbio de mensagens, debate de propostas e busca de soluções que agrade a todos.

“A rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber: portanto, se conseguisse não apenas fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele. A radiodifusão deveria, conseqüentemente, afastar-se dos que a abastecem e constituir os radiouvintes como abastecedores. Portanto,

todos os esforços da radiodifusão em realmente conferir, aos assuntos públicos, o carácter de *coisa* pública são totalmente positivos.” BRECHT (cit. in PORTELA 2006, p. 62).

Além de culturalmente diversa, a rádio consegue dar resposta rápida aos seus consumidores. Não é um meio tão centralizado como a televisão. E, hoje em dia, coadjuvada com as novas tecnologias e a própria interactividade que já existe entre o emissor e o receptor, a rádio não é só som. Já é possível reflectir sobre o que ouvimos ou responder ao que não concordamos. Segundo MELO (2001, p. 65-66),

“A expressão «Sociedade da Informação» refere-se a um modo de desenvolvimento social e económico em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição, e disseminação de informação conducente à criação de conhecimento e à satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, desempenham um papel central na actividade económica, na criação de riqueza, na definição da qualidade de vida dos cidadãos e das suas práticas culturais. A sociedade da informação corresponde, por conseguinte, a uma sociedade cujo funcionamento recorre crescentemente a redes digitais de informação. (...)”.

Aponta-se, em primeira hipótese, uma crise de desenvolvimento na SI com apoio numa débil convergência entre conteúdos e meios; verifica-se, de facto, uma tentativa para recuperar o tempo perdido, especialmente na Europa, com a massificação ainda tão presente. A Europa foi, durante muitos anos, o palco dos *media* massificados, em que os conteúdos eram dirigidos para todos “nivelados por baixo”. Isto é, as notícias eram o mais simplificadas possível para serem entendidas por grandes massas. A

consequência mais grave era a perda consecutiva de rigor e de aprofundamento dos factos. CÁDIMA (1999, p. 92), aponta as seguintes mudanças:

“a transição para a SI (Segundo o G7): Interação global das redes de banda larga; Formação e educação transculturais; Apoio a bibliotecas, museus, galerias de arte electrónicas; Gestão do ambiente, dos recursos naturais, da saúde; Interligação entre administrações públicas; Execução de um inventário global multimédia sobre projectos e estudos para a promoção e desenvolvimento da Sociedade Global de Informação.”

Na contemporaneidade, as mudanças a que assistimos são óbvias pelas consequências que as novas tecnologias e a própria Sociedade da Informação trazem consigo. É inquietante a crise de legitimidade que está a deixar morrer de significado e função as instituições. Mas o poder, esse esvaziava-se na sua forma legítima e o espaço é preenchido agora pelos grandes grupos económicos, os chamados oligopólios. Para PARRA (2009, p. 8) este espaço é “entendido como um ciberlugar onde existe uma nova distribuição do trabalho, onde surgem ocupações inéditas e desaparecem outras clássicas, emergem nichos de mercado inovadores” e torna-se, por isso, necessária a criação e a fomentação de uma geração de actores e agentes civis activos com o propósito de agirem no cenário comunicacional. Tanto o sistema digital como os computadores e as telecomunicações são inovações que dão origem a mudanças estruturais, quer no plano económico e cultural, quer no plano do próprio sistema em que a rádio se encontra envolvida. A própria globalização, também ela parte integrante da Sociedade da Informação, atribuiu às novas tecnologias novos patamares de difusão.

O rádio, na Sociedade da Informação, traz consigo um debate e um novo olhar para um ciberespaço em construção, projectando uma comunicação interactiva entre o emissor e o receptor. Não se quer que nem um, nem outro sejam actores passivos. Ou seja, há sempre o perigo de violentas formas de exclusão na própria sociedade. Exclusão que, embora dissimulada, provocará (caso os estudos se comprovem) um fosso entre o que já se chama de info-ricos e info-pobres. Classes marginalizadas, sem acesso equilibrado e igual à informação, determinado fundamentalmente pela sua classe social ou por factores demográficos.

Com esta democratização poderemos assistir ao aparecimento de ‘novos alfabetos’, investir na formação, encurtar a distância entre os que estão mais próximos da informação e os que estão longe. As novas tecnologias vêm em auxílio dos meios de utilização individual - telemóvel, e-mail, *homepage* – que vem dar espaço e lugar a um campo de mediação integrado no sistema de redes interactivas.

Além disso, nas redacções parece emergir um novo profissional: o *multimediático*. Estabelece aqui a capacidade do profissional de comunicação trabalhar em diversidade com os meios de comunicação e com a mesma informação saber valorizar os elementos essenciais para determinado tipo de público. Não faz mais sentido pensar no profissional que apenas regista áudio, capta imagens ou redige um texto em regime de exclusividade. A convergência de todos os meios e a possibilidade de ter ao alcance texto, imagem e áudio não só é apetecível como inevitável.

“La información de un medio en lugar de restarle público puede incrementarlo. Quien haya seguido la síntesis de la información en un medio puede ir a outro para ampliarla; Quien haya seguido el testimonio oral en la radio puede acudir a la televisión para ver el



testimonio totalmente audiovisual.” (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 247)

CEBRIÁN HERREROS (2001, p. 247) acredita tratar-se de um *ultimato* à profissão de jornalista. E é nesta plataforma que todos os meios de comunicação interpenetram-se, misturam-se uns com os outros numa polivalência de meios expressivos que todos tentam dominar para adequar a mensagem. Os meios de comunicação deixam, assim, de utilizar apenas uma forma de produzir conteúdos que vai de encontro às exigências que este modelo interativo impõe.

“Old media involved a human creator who manually assembled textual, visual, and/or áudio elements into a particular composition or sequence. (...) New media, in contrast, is characterized by variability. (...) And rather than being created completely by human author, these versions are often in part automatically assembled by a computer. (...) The logic of new media thus corresponds to the postindustrial logic of “production on demand” and “just in time” delivery logics that were themselves made possible by the use of computers and computer networks at all stages of manufacturing and distribution.” (MANOVICH, 2002, p. 36)

Vemos emergir um novo profissional carregado de novas responsabilidades. São exigidos, ainda, novos reptos de formação para os futuros profissionais onde o domínio tecnológico e capacidade de adaptação são constantemente postos à prova.

A presença da rádio na Internet: modificações do “velho meio” e os novos recursos

A rádio está envolta em novos processos. Se por

um lado ocorre uma enorme transformação interna, não menos verdade é a vinculação a processos técnicos e comunicativos inovadores. Mas a rádio ainda possui os pontos fortes que outrora fizeram dela o expoente máximo dos meios de comunicação. Mas as mudanças são evidentes:

“No se trata tanto de radio por Internet sino de una información sonora acompañada de otros elementos paralelos escritos y visuales con capacidad de enlaces, de navegación, de ruptura del sincronismo para dejar libertad al usuario temporal y espacialmente para que acuda cuando quiera.” (CEBRIÁN HERREROS, 2001, p. 21)

Obviamente estes novos recursos também se estendem a outros campos. A qualidade do som melhorou e até da imagem como valor agregado à rádio multimédia. E, finalmente, a relação de proximidade e imediata entre a audiência e a rádio é infinita e universal, relegando para segundo plano o idioma, a distância geográfica ou o fuso horário.

Para fazer frente à crescente competitividade a rádio tende a transformar-se e a desenvolver estratégias para o seu fortalecimento. No interior destas estratégias estão as renovações técnicas, nascidas da informática e da própria digitalização. Estas modificações técnicas e a tecnologia digital permite, ainda, reduzir os custos de produção, gestão e difusão de conteúdos. São recursos para uma nova competitividade radiofónica. Falamos essencialmente de novos sons e inovação tecnológica. WILKINSON, GRANT e FISHER (2009, p. 3) assumem este conceito como algo mais que a simples integração da Internet com os *media* tradicionais:

“(...) convergent journalism presumes that multiple distribution media are available for any story, including variety of print, broadcast,

online, and emerging media that include cellular telephones, message boards, etc. Convergent journalism is thus focused on the story, giving reporters, photographers and editors the capability of communicating the news in the manner that best fits that story.”

Estes dotes técnicos estão a abrir portas à presença da rádio na Internet, da forma mais informatizada possível, permitindo automatizar, agilizar e rentabilizar estes novos recursos.

Novos conteúdos: a rádio que se lê e se vê

A Internet obrigou, portanto, a repensar a rádio na forma como chega à audiência para sair do imobilismo de programação a que estava confinada. DONOW e MILES (*cit. in* MARTÍNEZ-COSTA e MORENO MORENO, 2004, p. 338) confirmam esta mesma ideia, “lo que está claro es que la radio en la Rede s un concepto que trasciende el concepto de radio tradicional.”

O caso de grandes empresas como a BBC News revela um espírito de mudança flagrante em relação aos meios nacionais. A estação, já no ano de 2005, veiculou um anúncio pedindo aos leitores e internautas que enviassem fotos e vídeos, aquilo a que hoje se denomina de jornalismo cidadão. PALÁCIOS e MUNHOZ (*cit. in* BARBOZA, 2007, p. 78) afirmam que o site da “BBC News (...) reportou mais tarde, que foram recebidas quase 1000 fotografias enviadas por telefones celulares e 20 fragmentos de vídeo.”

Segundo os dados estatísticos do INE, sobre a utilização das Novas Tecnologias da Informação nos agregados familiares, em Portugal estima-se que mais de um quarto dos utilizadores de telemóvel (28,4%) já enviaram fotografias ou ficheiros de vídeo pelo telemóvel, 11,6% recebem informação de serviços noticiosos que subscreveram e 10,3% transferiram

fotografias ou ficheiros de vídeo directamente do telemóvel para websites na Internet, sem passar pelo computador.

O desenho de novos conteúdos e a planificação não só da difusão, mas também da exibição de novos suportes digitais obriga os radiodifusores tradicionais a adoptar um novo perfil de trabalho e gestão, de forma a facilitar a convergência de ofertas online, especialmente se “one of the potentials of journalism on the Internet is the use of hyperlinks, offering different levels of reading to the text. However this potencial may also be an obstacle, as it implies/forces a non-linear reading which goes against a tradition of four millennia deeply rooted in our culture.” (CANAVILHAS, 2006, p. 1)

A rádio na Internet atravessa um interessante percurso visual, ainda experimental, mas que não podemos deixar de analisar. As paisagens sonoras, agora transpostas para o ecrã, dão a conhecer ao ouvinte/utilizador o novo rosto de uma rádio que se tinha como oculta e misteriosa. De facto, o cibernauta experiencia uma liberdade total para a harmonização destes elementos à sua própria vontade. E é a interface e interactividade dos sites que vão envolver o utilizador e convidá-lo a assumir papéis activos e de produção de conteúdo. Os conteúdos distinguem-se dos que são oferecidos pela estação convencional, apoiando-se numa nova estrutura multimédia de forma a estimular a visita e o regresso do utilizador. A apresentação da página de uma rádio não se resume só à sua programação. Esta nova forma de chegar ao público inclui uma apresentação dos jornalistas, publicitação de passatempos, notícias ou sons em arquivo. O acompanhamento das notícias faz-se ao minuto e sempre com carácter de actualização constante.

“O site procura promover a rádio, possibilitando a escuta em directo e a consulta ao arquivo de programas passados (...) O acompanhamento



faz-se ao minuto e o espaço que medeia o acontecimento e a sua publicação é o tempo necessário para redigir a notícia, comprovando que na Internet não há periodicidade. A ideia é temperar a imediatez com uma linguagem adequada à leitura, chegando a ser um trabalho quase mais imediato do que na rádio.” (CORDEIRO, 2005, p. 7)

Parece ainda não existir uma fórmula concreta na construção de sites jornalísticos, pois cada meio tem produtos diferentes e públicos-alvo muito distintos. Uma coisa é certa: um aspecto fundamental quando se estuda qualquer tema ligado à Web é a análise da *homepage*, pelas características tão únicas que assume e porque é a porta que recebe o internauta. Pensar nas características de apresentação da informação online requer “una nueva concépcion del diseño que va mucho más allá de la estética y debe, sobre todo, facilitar al lector la navegación.” (CONCHA, 2009, p. 3). As páginas online das rádios têm que respeitar também certos critérios, nomeadamente a usabilidade.

Análise e Estudo Comparativo com o site estrangeiro da BBC

Esta comparação das rádios portuguesas de informação com a internacional BBC Radio resulta de uma combinação de elementos tradicionais de emissão, com os conteúdos complementares que podemos encontrar numa rádio online. O esforço que tem sido feito no sentido de adequar estes dois vértices levou-nos às comparações que se seguem. A BBC Radio consegue destacar-se com uma agenda apelativa e interactiva, ao apresentar os seus conteúdos com links para a programação de forma fácil e de simples acesso. O ponto

TABELA 1 - Serviços Tradicionais de Emissão e conteúdos complementares

	BBC	Rádios Nacionais de Informação
Agenda	<ul style="list-style-type: none"> - Apelativa /Interactiva - Acesso ao interior da rádio - Acesso páginas Programas/Podcast/Galeria/Locutor 	<ul style="list-style-type: none"> - Todas as rádios têm classificação positiva neste ponto. - Emissão local e online - Agenda de programação
Programação e Separadores	<ul style="list-style-type: none"> - Manhã, Tarde e Noite - Construção Hipertextual - Áreas/Secções - Notícias em destaque e em espaço próprio - Imagens/Links externos e internos - Painéis de mais ouvidas e comentadas - Ponto Negativo: colisão com a BBC News 	<ul style="list-style-type: none"> - Inclusão de programas principais. - A RCP apenas exhibe programas de destaque e uma notícia. - Destaques e últimas notícias, com separador a acompanhar. - Ineficiência nos assuntos semanais
Sons do Dia	<ul style="list-style-type: none"> - Sons da Atualidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Sons da Atualidade
Arquivo	<ul style="list-style-type: none"> - Vasto e variado - Presença de Vozes da Rádio 	<ul style="list-style-type: none"> - Vozes são inexistentes - TSF é única a apresentar uma maior longevidade na pesquisa de sons - Fracos índices de arquivo
Motor de busca	<ul style="list-style-type: none"> - Motores de busca em todas as páginas - Ponto negativo: colisão com a BBC News 	<ul style="list-style-type: none"> - Úteis na ausência de links
Multimédia	<ul style="list-style-type: none"> - Galeria de Fotos - Vídeos apenas na Homepage - Preocupação em dirigir os seus conteúdos para públicos muito específicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Fraca Galeria de Fotos em duas emissoras (RCP e Antena 1) - Presença de vídeos na Homepage
Webcam	<ul style="list-style-type: none"> - Utilização da Webcam - Intenção de aproximação da emissora 	<ul style="list-style-type: none"> - Apenas utilizada pela RCP

negativo é que as notícias são maioritariamente remetidas para as páginas da BBC news, o que obriga o utilizador a sair da página da BBC Radio. Vejamos as principais diferenças que conseguimos encontrar entre a BBC e as rádios nacionais de informação (ver tabela 1, p. 130).

A BBC faz uma divisão clara da sua missão e dos seus objectivos especificamente torna-se num modelo que sabe aproveitar as melhores vantagens do áudio gravado e impor-se num cenário comunicacional cada vez mais competitivo. O imaginário da rádio rompe barreiras e abre as portas dos seus estúdios para que se perceba como tudo acontece. Notou-se durante a comparação do modelo da BBC Radio que os investimentos na produção de serviços não eram expressivos. Se, por um lado, é uma estação online inovadora com um design atractivo e uma disposição de conteúdos diversificada, o mesmo não acontece para serviços específicos de informação.

TABELA 2 - Produção interna e/ou corporativa		
	BBC	Rádios Nacionais de Informação
Serviços	<ul style="list-style-type: none"> - Produção de serviços sem expressividade - Fraco investimento em instrumentos de promoção - Aposta forte em conteúdos e assuntos da actualidade em vez de links ou promoção de serviços - Ausência de ligações de carácter lúdico e de utilidade pública. - Aposta no serviço de Bilheteira e estado do tempo 	<ul style="list-style-type: none"> - TSF é a que melhor aproveita estes recursos através de elementos áudio e iconográficos - Presença de Jogos na TSF - Serviços de utilidade pública e de Bilheteira Online na TSF - Serviço de informação do estado do tempo
Tecnologias e RSS	<ul style="list-style-type: none"> - PDA, MMS/SMS - Todos os programas da estação partilham o número de telefone na página online - A par das tecnologias móveis melhor compõem um cenário interactivo para a estação BBC 	<ul style="list-style-type: none"> - PDA apenas presente na TSF e RR - TSF ganha terreno nas MMS/SMS - De fácil acesso e aposta nas actualizações junto do ouvinte
Contatos	<ul style="list-style-type: none"> - Apenas os contactos gerais estão disponíveis na página principal - Os telefones, o email directo e o número para enviar SMS/MMS são de fácil acesso 	<ul style="list-style-type: none"> - Todas utilizam o número telefone
Tabela Desporto	<ul style="list-style-type: none"> - Presente nas rádios de informação e na rádio dedicada exclusivamente ao desporto 	<ul style="list-style-type: none"> - Tabela presente excepto na RCP
Redes Sociais	<ul style="list-style-type: none"> - Os finais das páginas têm à disposição do utilizador os links das principais comunidades virtuais - Espaço de partilha de opiniões. - Locutores divulgam informação através do Facebook e Twitter. 	<ul style="list-style-type: none"> - Em foco com links no final da página - Apenas a RR não faz uso do Facebook
Programação TV	<ul style="list-style-type: none"> - Está indubitavelmente dependente do site principal da BBC - Alguma confusão na navegação 	<ul style="list-style-type: none"> - A única a oferecer a programação é a que apresenta vínculo à estação de televisão
Subscrição	<ul style="list-style-type: none"> - A subscrição por email oferece múltiplas oportunidades - Envolver e partilhar opiniões - Acesso a links e podcasts 	<ul style="list-style-type: none"> - Subscrição com os últimos destaques - Presente em todas as estações
Mapa Mundo	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de consulta das suas páginas noutros países. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de tradutor ou idiomas diferentes

É dada primazia ao uso das tecnologias móveis, já que hoje é cada vez mais evidente que a rádio se assume como parceira destas inovações e muito pode ainda ganhar se continuar a investir na presença neste pequeno aparelho. Os pontos menos positivos estão na eventual confusão que poderá causar ao navegar em páginas do mesmo grupo que não são necessariamente dos conteúdos radiofónicos.



TABELA 3 - Serviços Interactivos para os Utilizadores

	BBC	Rádios Nacionais de Informação
Blogs	<ul style="list-style-type: none"> - Meio privilegiado de aprofundas o que se faz na estação - Alimenta discussões e debates entre os próprios ouvintes - Dá lugar à publicação de imagem e feeds 	<ul style="list-style-type: none"> - Espelho das estações - Só a RCP não faz uso
Email dos programas	<ul style="list-style-type: none"> - Presença de email dos programas - Disponibilização do telefone e número para as SMS/MMS - Email geral da estação 	<ul style="list-style-type: none"> - Promovem a interacção entre o utilizador e o locutor - RR e a RCP não apresentam estes contactos, apenas uma descrição do programa - Todas apresentam email da estação e um nível mínimo de interacção
Inquéritos e Chats	<ul style="list-style-type: none"> - Mais visível nas estações ligadas à música e ao entretenimento - Partilha de gostos musicais - Ausência de Fórum e Chats 	<ul style="list-style-type: none"> - Visível na RCP e RR - As outras optam por Fórum - Ausência de chats
Comentários	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de comentário em todos os programas - Criação de um site para receber queixas 	<ul style="list-style-type: none"> - Comentário em todos os programas. - Ferramenta privilegiada para conhecer a opinião do ouvinte.
Podcasts	<ul style="list-style-type: none"> - Presença assídua nos programas de cada uma das estações 	<ul style="list-style-type: none"> - Presença assídua e claro sinal de concorrências aos outros meios

A BBC Radio parece privilegiar estas tarefas que envolvam o ouvinte e o tornem mais próximo da rádio. A par dos telefones gerais da estação, também o email faz parte das suas páginas. Um email geral pode ser fundamental para quem apenas quer entrar em contacto com a própria estação e obter uma resposta às suas dúvidas de forma personalizada.

Conclusão

O estudo incidiu sobre as modificações no velho meio são notórias: a rádio continua convidar a um diálogo nas diferentes intervenções, dando visibilidade às opiniões que passam a influenciar e a ter poder quando expõem as suas próprias experiências. As tecnologias que abraçam o meio não podem ser mais negadas e novos caminhos estão a ser trilhados. Mais do que ouvir, temos a presença física da rádio através de uma porta de entrada: a sua página na Internet.

Durante a investigação, percebemos que atravessamos uma fase manifestamente interactiva, com hesitações de percurso inerentes à passagem

do analógico para a concretização de um modelo digital e interactivo, que se traduzirá num novo desenho do panorama mundial, pela implementação de um novo sistema de difusão e recepção do conteúdo radiofónico.

Da análise que efectuamos às principais características das rádios de informação online portuguesas, verificámos que apesar de proporcionar oportunidades aos seus ouvintes de intervirem na esfera pública, essa ligação nem sempre é bem conseguida. Estas rádios, que já tiveram muito tempo de adaptação à Internet, ainda insistem em cometer alguns erros que continuam a criar buracos negros no espaço comunicacional. A Rádio Clube Português mostrou-se sempre um passo atrás das restantes emissoras. Com fraco índice interactivo, a sua página reclama por conceitos inovadores, por uma variedade de oferta de serviços e por um tratamento dos conteúdos mais profissional.

O modelo da BBC Radio apresentou vantagens notórias. Maior simplicidade, maior linearidade na exposição das notícias e uma larga arquitectura

que dispõe tudo o que o ouvinte/utilizador necessita sem sobrecarregar o olhar. Um site renovado e que fomenta a relação com o ouvinte, à semelhança do que acontecia com a rádio tradicional, ao abrir a sua porta de entrada e fazer com que se sinta em contacto com a estação.

Na impossibilidade imediata de olhar em frente para a ameaça que a internet, a actividade radiofónica tradicional já não é encarada como fonte de notícias na hora e de pesquisa, escuta e aquisição de novidades musicais. Ou seja, a Internet já mostrou ser capaz de competir eficazmente com a rádio, na medida que tem potencial para corresponder a alguns dos principais usos sociais que lhe são atribuídos. Mais que temer perigos é importante que a rádio se saiba posicionar neste ambiente digital de forte interacção e seja capaz de agarrar uma oportunidade que poderá não voltar a repetir-se e criar condições de sobrevivência.

A voz humana continua a ser o único laço afectivo, numa rádio que encerra um modelo demasiado concentrado em *playlists*, sem explicações e sem intimidade. A principal conclusão é que na Internet a rádio perde a sua identidade, já que a sua especificidade é quase toda ela eliminada ao apresentar-se em sites multimédia idênticos aos sites de milhares de outros órgãos jornalísticos. A voz humana, quando é intimista, emerge desse cenário, no entanto, como o elemento identitário radiofónico pode possibilitar à rádio na web um reencontro parcial com essa sua identidade perdida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CÁDIMA, Francisco Rui. Desafios dos novos media: a nova ordem política e comunicacional. Lisboa: Notícias Editorial, 1999.

CEBRIAN HERREROS, Mariano. La radio en la convergencia multimedia. Barcelona: Multimedia, 2001.

MANOVICH, Lev. Language of New Media. N.I.: Mit Press, 2002.

MARTINEZ-COSTA, M^a Pilar e MORENO MORENO, Elsa. Programación Radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia. Barcelona: Ariel, 2003.

MELO, Rui de. A Rádio na Sociedade da Informação. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2001.

PARRA, D. O zoon tecnologico.com: Entidade emergente da neociberestrutura da informação. In: Revista Cibertextualidades nº 3, pp. 83 – 101, 2009

PRATA, Nair. WEBradio: novos géneros, novas formas de interacção. Florianópolis: Editorial Insular, 2009.

WILKINSON, J., GRANT, A. e FISHER, D. Principles of Convergent Journalism. New York: Oxford University Press, 2009.

BARBOZA, Susana. Jornalismo Digital de Terceira Geração. Covilhã, Livros Labcom, 2007. Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/16869545/Suzana-Barbosa-Jornalismo-Digital-de-Terceira-Geracao>>. Acesso em: 18/07/2010.

CANAVILHAS, João. The news on webjournalism: A reading on image and architecture of information. Covilhã, Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/canavilhas-joao-the-news-on-webjournalism.pdf>>. Acesso em: 18/07/2010.

CORREIA, J. Novos media e a esfera pública: as profecias cyber-democráticas no contexto da democracia deliberativa. Covilhã, Universidade da Beira Interior, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-novos-media-esfera-publica.pdf>>. Acesso em 12/02/2011.

CONCHA, E. La noticia en internet: cibermedios, blogs y entornos comunicativos emergentes. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/edo-concha-internet-como-soporte-informativo.pdf>> . Acesso em 18/07/2010.

CORDEIRO, Paula. Rádios temáticas: perfil da informação radiofónica em Portugal. O caso da TSF. II Congresso Luso Brasileiro de Estudos Jornalísticos. IV Congresso Luso -



Galego de Estudos Jornalísticos nos dias 17 e 18 de Março de 2005, Porto, Universidade Fernando Pessoa, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>>. Acesso em 18/07/2010.

INE. Sociedade da Informação e do Conhecimento Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, 2008. Disponível em: <www.ine.pt> Acesso em: 08/06/2010.

Rádio na Web - Um novo modelo de comunicação
radiofónica
Nair Silva

Data do Envio: 25 de março de 2011.
Data do aceite: 2 de junho de 2011.





O novo rádio:¹ um estudo sobre a tecnologização da redação em uma emissora comunitária de interior

The new radio: a study about the technologization of a interior community radio station's newsroom

Debora Cristina Lopez² e
Roscéli Kochhann³

RESUMO Este artigo realiza um estudo de rotinas produtivas do jornalismo da Rádio Comunitária FM, de Frederico Westphalen, interior do Rio Grande do Sul. A partir deste estudo de caso, buscamos discutir a relação das tecnologias da informação e da comunicação e do processo de convergência jornalística nas rotinas de emissoras de rádio em cidades de interior. Trata-se de uma abordagem específica descritiva, aportada nos estudos de convergência e em uma metodologia de observação e entrevistas, que permitem discutir o seu contexto e apontar perspectivas do radiojornalismo e de sua produção atual.

PALAVRAS-CHAVE Radiojornalismo; Tecnologias da Informação e da Comunicação; Rotinas Produtivas; Rádio Hipermediático.

ABSTRACT This article presents a study of journalism production routines in Rádio Comunitária FM, Frederico Westphalen, Rio Grande do Sul. From this case study, we discuss the relationship of information and communications technology and then process of journalistic convergence in the routines of radio stations in interior cities. It is descriptive approach, based on convergence studies and with a methodology of observation and interviews, which allows us to discuss their background and point out prospects of radio journalism and its current production.

KEYWORDS Radiojournalism; Information and Communication Technologies; Productive Routines; Hypermediatic Radio.

1 O presente artigo é uma revisão e ampliação do TCC "Rádio e tecnologia: o processo de convergência na produção do Jornal da Comunitária".

2 Debora Cristina Lopez é doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA) e professora do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e da graduação em Jornalismo do campus Frederico Westphalen da mesma instituição. Coordena o Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: deboralopezfreire@gmail.com

3 Roscéli Kochhann é mestranda em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria. É bolsista Capes e integrante do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor). Email: rosceli.ko@hotmail.com



Introdução

Quando falamos na interface rádio e tecnologias, normalmente nos vem em mente equipamentos como computadores, celulares, etc, utilizados na produção radiofônica. Porém, é importante destacar que tecnologias existem desde o primeiro momento em que se pensa o veículo rádio. Desde o seu surgimento, quando o número de receptores era baixo e concentrado nas mãos da elite, devemos considerar o rádio como uma tecnologia – que passou por alterações ao longo dos anos. Desde a utilização do telégrafo para a transmissão de sinais à distância até a utilização da internet e do celular, muita coisa mudou.

Além de ser utilizada como suporte, a internet também se configura hoje como uma das ferramentas mais usadas para realizar pesquisa de dados e acontecimentos em muitas emissoras do país. Ela muitas vezes é um canal de interação entre o ouvinte e a emissora. Nos anos 90, essa interação se dava através de cartas e telefonemas. Hoje a internet diminui as distâncias e traz a possibilidade de acentuação de duas características fundamentais do rádio: a instantaneidade e a interatividade.

Assim, tornou-se uma grande aliada do profissional do jornalismo no processo de geração e difusão de informações (PEREIRA, 2003). É considerada aliada porque ela propicia a difusão de conteúdo em larga escala. Para Cunha (2006), um indivíduo pode criar sua emissora na internet, fazê-la falar para o mundo ou apenas para um grupo de amigos. Além disso, é usada para facilitar a obtenção das informações necessárias para a apuração de determinada notícia.

É preciso considerar ainda que o papel da audiência também se alterou a partir do momento em que a interação produção/ouvintes passou a acontecer através da utilização da internet. O ouvinte que antes mandava as suas cartas à redação, hoje

acompanha a programação utilizando o canal internet e já faz os seus comentários, correções e participações instantaneamente. Isso, de uma forma ou de outra, altera a forma que determinada notícia ou comentário vai ao ar. Outro ponto a ser considerado é que essa participação do ouvinte facilitada pelo uso de internet é uma forma eficaz de fidelizar o ouvinte. A partir do momento que a audiência ouve a sua participação no ar e tem os seus nomes citados durante a programação, a participação passa a ser mais freqüente.

A partir dessas considerações, a pesquisa aqui apresentada tem por objetivo a realização de uma análise do uso da internet na construção do radiojornal “Jornal da Comunitária”. O radiojornal vai ao ar diariamente, das 12h às 12h45min, na Rádio Comunitária FM, de Frederico Westphalen.

Considerou-se necessária a realização de uma pesquisa de campo, subdividida em duas partes: realização de entrevistas face-a-face semi-estruturadas (GIL, 2007; CRUZ NETO, 2002) e a observação de rotinas produtivas. Considera-se por pesquisa de campo aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta (LAKATOS; MARCONI, 2007). Segundo os mesmos autores, esse tipo de pesquisa refere-se à observação de fatos e fenômenos tal como ocorrem espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes para analisá-los. A partir da observação de campo é que se pode identificar as variáveis da pesquisa.

Considerou-se necessária ainda, a inserção nos processos de produção do Jornal da Comunitária, a fim de identificar marcadores do uso das tecnologias na produção. Para atender a tal objetivo, optou-se pela realização de observação simples, onde o pesquisador observa de maneira espontânea os

fatos que ali ocorrem (GIL, 2007). Acompanhamos o processo de produção do radiojornal escolhido durante uma semana entre os dias 05 e 09 de outubro de 2009.

Rádio, Tecnologia e Rotinas Produtivas

A relação entre as tecnologias e os meios de comunicação tem se inserido de maneira cada vez mais explícita no contexto da Cultura da Convergência (JENKINS, 2006). As mudanças nas ferramentas e dispositivos presentes no cotidiano dos usuários levam a uma revisão em todo o processo de construção, definição, produção, transmissão e consumo das notícias (GARCÍA AVILÉS, 2007). E essa lógica afeta, como ressaltam Salaverría e Negrodo (2008), distintos âmbitos. Os autores lembram que a convergência precisa ser observada sob uma perspectiva quádrupla: a empresarial, de conteúdo, profissional e tecnológica. Juntas, elas compõem um processo multidimensional que afeta a própria definição dos meios e de como se desenham as notícias – em um processo normalmente indissociável.

As rotinas do rádio, por exemplo, são afetadas tanto pela evolução da integração multiplataforma dos dispositivos (KOCHHANN, FREIRE e LOPEZ, 2011), que levam a uma relação distinta do meio com seus ouvintes, quanto pela potencialização dos usos das tecnologias pelo usuário e pelo jornalista. Hoje o rádio está presente em praticamente todos os espaços e ferramentas cotidianos: televisão, telefones celulares, mp3, computadores, além dos próprios aparelhos de rádio. São espaços de circulação de conteúdo sonoro e radiofônico. Essas distintas interfaces geram, para o público e para o comunicador, novas condições de fruição do conteúdo, de interatividade e a demanda por novos formatos (LOPEZ, 2009). Essa realidade, por sua vez, altera as rotinas de uma redação de rádio.

Lopez (2009), ao analisar a configuração do rádio em contexto de convergência e propor sua categorização como hipermediático, destaca a importância de uma revisão das rotinas produtivas do jornalismo radiofônico a partir da incorporação de novas ferramentas e, principalmente, da reflexão sobre o que é esse novo rádio e de que maneira a incorporação de outros formatos e suportes afeta a essência do rádio. García-Lastra (2011) lembra que, mesmo que o rádio migre para dispositivos móveis, tablets ou qualquer outro dispositivo, ainda que tenha na utilização e transmissão via internet um elemento definidor das inovações que apresenta ao ouvinte, sua essência e sua identidade ainda residem na produção sonora. Isto é, “a espinha dorsal da narrativa é sonora e, portanto, seu perfil multiplataforma envolve uma narrativa que, embora importante, é complementar” (LOPEZ, 2009, pp. 69-70).

Apostar em novos formatos e em novas estratégias narrativas reflete uma preocupação do rádio em adequar-se a uma realidade mutante e demonstra uma compreensão do que é o rádio na era da convergência (FERRARETTO, 2009). Explorar os potenciais dos novos suportes desenvolvendo conteúdo multimídia, então, é fundamental. Mas “o rádio deve ter cuidado para não se transformar em mais um site de notícias. O site de uma rádio deve ter identidade sonora”, destaca García-Lastra (2011).

As mudanças não residem somente na reformatação do conteúdo disponibilizado pelos comunicadores, mas também na forma como este conteúdo é construído. Hoje, no radiojornalismo hipermediático, as tecnologias fazem parte das rotinas dos jornalistas. Não se trata somente do telefone fixo, mas também do móvel, dos computadores de mesa e portáteis, de smartphones e tablets – dos gadgets que permitem a troca imediata



de informações entre os profissionais da redação e deles com os ouvintes, que permitem a construção de conteúdo multimídia, o acesso imediato às informações independente de onde elas ocorreram, que permitem potencializar o caráter atual do rádio e o esmaecimento das fronteiras físicas, antes fundamentais para a apuração da notícia em uma redação de rádio. Além disso, o jornalista passa a ter demandado de si um perfil multitarefa (GARCÍA AVILÉS; CARVAJAL, 2008, p. 229), atuando também como editor de seu conteúdo, coordenando gestão de redes sociais e de ferramentas de interatividade enquanto transmite a informação. Trata-se de uma nova realidade para o comunicador, que vem sendo desenhado gradativamente, junto com o novo perfil do veículo – tanto a partir de experiências de grandes grupos, como as brasileiras CBN e BandNews FM (LOPEZ, 2009), como de pequenas emissoras localizadas no interior, como a Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen.

As tecnologias no “Jornal da Comunitária”

Ao observar as rotinas produtivas da Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen, optamos por um modelo mais descritivo de análise, que permita compreender o processo e inferir, a partir das mudanças detectadas, o contexto e as perspectivas da convergência e da tecnologiação de redações em rádios de pequeno porte no interior do país⁴. Assim, apresentamos aqui uma abordagem descritiva das rotinas da emissora, buscando relacioná-la com a realidade da convergência em redações para, posteriormente, apontar perspectivas.

A Rádio Comunitária FM de Frederico Westphalen

4 Compreendemos que a realidade da emissora analisada não pode ser generalizada, por se tratar de um estudo de caso. Entretanto, acreditamos que a análise realizada aponta perspectivas interessantes de um contexto próximo a diversas emissoras de interior.

entrou no ar no dia 15 de maio de 2003⁵. A emissora tem capacidade de atingir cerca de 30 mil pessoas, população aproximada do município de Frederico Westphalen (CANTERLE, 2007). O sinal atinge ainda alguns municípios vizinhos. Além disso, a emissora disponibiliza a sua programação ao vivo, através do site www.comunitaria.com.br. Nesse mesmo endereço o ouvinte pode encontrar algumas ferramentas de interatividade como um mural de recados, espaço para pedidos de música e um espaço para contatos entre ouvintes/internautas. No mural de recados os internautas podem interagir, deixar opiniões, críticas ou sugestões sobre os comunicadores ou sobre a emissora de uma maneira geral. Ainda no site é possível que se acompanhe a movimentação de parte da cidade de Frederico Westphalen, através de uma câmera colocada na parte externa do estúdio⁶.

Embora o site da emissora ofereça diversas formas de interação entre o público e a produção, o que se pode observar é que os canais disponibilizados pouco são usados pelo jornalismo. No site também encontramos notícias em texto ao lado da programação ao vivo que a emissora oferece. Nota-se, assim, iniciativas (ainda que modestas) de uso de narrativas normalmente alheias ao rádio na transmissão de informações e de novas ferramentas e suportes tecnológicos nos processos interativos, apontando para iniciativas de convergência tecnológica. A utilização de MSN e de mensagens SMS, por exemplo, indica que a emissora compreende seu público como usuário constante de telefones celulares e computadores conectados a internet.

5 A rádio operava na frequência de 87.9, em caráter experimental durante o primeiro mês e a partir de junho de 2003 ficava no ar das 6 às 19 horas. Em 2004 passou a operar das 6 às 24 horas. Desde 2005 a emissora opera na frequência 97.9.

6 Para mais informações sobre o site da Rádio Comunitária, ver Kochhann; Rechmann e Lopez (2009).

Esses canais também são utilizados para agendar entrevistas para o “Jornal da Comunitária”. Embora seja uma mera questão de ferramental, aponta para a inserção da emissora no contexto da cultura da convergência. Podemos dizer que o MSN e as mensagens SMS são ferramentas utilizadas de forma direta na produção do radiojornal.

A emissora analisada, de perfil comunitário, possui hoje uma programação bem variada que procura mesclar entretenimento com informação. No período da manhã são feitas normalmente duas sínteses noticiosas, os chamados “Minuto Notícia”. Ao meio-dia, o radiojornal vai ao ar com uma duração total de 45 minutos. À tarde também acontecem duas intervenções do “Minuto Notícia”. Destaca-se ainda aqui que durante a programação de entretenimento também são transmitidas informações, normalmente buscadas em sites.

Especificamente no departamento de jornalismo da Rádio Comunitária, existem três profissionais diretamente envolvidos com a produção de conteúdos: José Roberto Zachy, responsável pelo Jornalismo e apresentador; Marcos Mazzonetto, editor e apresentador e Samuel da Silva, responsável pela produção de conteúdos de temática esportiva, apresentador e narrador de jogos de futebol. Porém, é importante salientar que existem mais pessoas que contribuem com sugestões de pautas, como a direção da emissora, a secretária e, em menor número de contribuições, o público. No Jornalismo da emissora destaca-se o radiojornal “Jornal da Comunitária”, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 12h as 12h45min e está no ar desde o início das transmissões da emissora.

A produção do “Jornal da Comunitária” inicia-se normalmente as 08h30min. Logo no início da manhã, o trabalho realizado pelos produtores é um “passeio” por alguns sites em busca de pautas para o radiojornal. Na semana que observamos a

produção percebemos que o acompanhamento dos acontecimentos segue a perspectiva apresentada por Pereira, do repórter sentado. Neste sentido, entre as ferramentas principais do cotidiano jornalístico da emissora estão os computadores com acesso à internet – preponderantemente para acesso a sites locais e regionais⁷. O uso desse dispositivo, aliado a uma reduzida quantidade de idas ao palco dos acontecimentos pelos jornalistas da Comunitária FM, leva a uma inversão do processo de construção da notícia no rádio, fazendo com que passe a ser pautado pelos demais veículos em vez de pautá-los, buscando suas notícias em fontes primárias.

Ao se observar essa utilização da internet na produção do radiojornal estudado, percebemos a presença de alguns marcos de convergência. Como indicado, essa tendência altera as formas de produção de conteúdo das emissoras de rádio. Com o levantamento das pautas realizado através de buscas em sites, a produção permanece por mais tempo nas redações. Esse processo pode trazer conseqüências em termos de conteúdo. Isso acontece porque a partir do momento em que o repórter faz uso de outras mídias para pautar o seu produto, ele pode estar deixando de noticiar acontecimentos considerados importantes pelo seu público. Descaracteriza-se o perfil de proximidade, imediatismo e ineditismo do rádio.

Trata-se de uma conseqüência da convergência: a presença do repórter considerado “empacotador de conteúdo”. Hoje são em menor número os redatores que se preocupam em gerar notícias. A maioria se dedica a elaborar o que recebem de agências (SALAVERRÌA e NEGREDO, 2008). No

⁷ As principais páginas acessadas no período de observação foram Universidade Regional Integrada, Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul, Agência Da Hora, Colégio Agrícola de Frederico Westphalen, Associação Comercial Industrial, Prefeitura Municipal de Frederico Westphalen e de outras prefeituras da região, Agência Brasil, Portela On-line, Agência Rádio Web.



rádio, essa consequência pode se tornar negativa, uma vez que uma das características do veículo é trabalhar intensamente com conteúdos locais. Isso acaba se perdendo quando o repórter deixa de ir às ruas. Outra questão que podemos discutir nesse momento é o imediatismo, característica fundamental do rádio. Quando o repórter passa a ser um “empacotador de conteúdo” e utiliza notícias encontradas em sites, por exemplo, ele deixa de relatar o que está acontecendo no momento da produção ou locução, e acaba dando destaque a “notícias velhas”.

Interessante observar que, embora os comunicadores da emissora utilizem constantemente esta ferramenta, não acreditam que isso prejudique a construção da informação e o compromisso com o público. José Roberto Zachi (2009) afirma que há uma preocupação em selecionar as fontes consultadas e que por isso se faz pouco uso de sites como o Click RBS ou o Zero Hora. “Geralmente eu, falando por mim, evito de pegar notícias de sites pontuais. Vamos supor Click RBS, BOL, UOL, G1, eu evito porque eu acredito que essas agências de notícias são muito tendenciosas. Elas levam para um lado. Então, eu ao menos procuro evitar” (ZACHI, 2009). O produtor destaca ainda que existe uma preocupação em “tratar” as notícias para que não fiquem iguais as encontradas nos sites, mas nem sempre isso é possível, pois o tempo é curto. No acompanhamento das rotinas produtivas da emissora pode-se perceber uma preocupação em aproximar as pautas, mesmo estaduais ou nacionais, dos interesses do público local. Percebe-se ainda uma preocupação em adequação de texto para uma linguagem mais simples e clara, em relação àquela encontrada nos sites. Entretanto, essa preocupação trabalha mais com a forma que com o conteúdo. A adaptação de linguagem e a priorização de pautas oriundas de

meios e fontes nacionais e regionais em detrimento das locais desenham um rádio um pouco contrário à própria noção de comunicação radiofônica e comunitária – ainda que, em alguns casos, possa ser observada uma aproximação na abordagem dada aos temas.

As pautas tratadas no radiojornal são trazidas pelos produtores logo no início da manhã ou são pesquisadas em sites de notícias. A apuração dessas informações se dá através do telefone, internet ou entrevistas com os envolvidos. Algumas vezes, as informações também são verificadas em jornais locais, mas sempre confirmadas através de telefonemas. As tecnologias são usadas na produção jornalística da emissora a todo momento. A internet é usada muitas vezes como fonte de informações, como canal para realização de entrevistas ou apuração de pautas. Além disso, o telefone também ocupa um lugar de destaque na produção da Rádio Comunitária. Ele é utilizado para busca de pautas, confirmação de dados e informações e, ainda, realização de entrevistas. São duas ferramentas das quais a produção é dependente – reflexo da estruturação da redação como predominantemente sentada, deixando de lado a proximidade com o público e com a cidade.

As entrevistas gravadas para ir ao ar, com o objetivo de dar credibilidade e confirmar as informações das notas do radiojornal, acontecem de três formas diferentes. Algumas delas são realizadas em estúdio, quando a fonte está disposta a vir até a emissora. Ainda há aquelas em que o produtor procura o entrevistado em seu local de trabalho, casa ou na rua. Outras vezes é realizada por telefone. Desses três tipos de entrevista, predomina aquela em que o produtor sai da redação e vai ao encontro do seu entrevistado. Assim, além de apurar as informações necessárias, o entrevistador também pode observar o que está acontecendo,

melhorando a qualidade da notícia. De qualquer uma das formas, as entrevistas são, em sua maioria, previamente agendadas – mesmo sendo o rádio um meio de comunicação caracteristicamente imediato e de programação e pautas flexíveis.

Uma observação interessante a respeito das entrevistas e que pode ser questionada ao considerarmos o caráter comunitário da emissora, é a opção por entrevistar possíveis apoiadores culturais. Isso aconteceu durante o terceiro dia de observação. Em meio à definição de um entrevistado, a produção optou por entrevistar o dono de um estabelecimento que estava abrindo no município. Segundo um dos produtores, o dono seria um possível apoiador da emissora. Nessa entrevista o produtor foi ao encontro do entrevistado em seu estabelecimento.

Esse caso configura uma lógica comercial que afeta diretamente o jornalismo. No momento em que a produção opta por entrevistar um possível apoiador, ela deixa de lado os critérios de noticiabilidade. Para Breed (apud TRAQUINA, 2005), o jornalista está inserido em seu contexto mais imediato, a organização para qual trabalha. Para o mesmo autor, o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm essencialmente das vendas e da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. (TRAQUINA, 2005, p. 158)

No exemplo ocorrido na Rádio Comunitária isso fica evidente. A rádio precisa se manter de alguma forma e a garantia de um apoio cultural é sempre bem-vinda. Ainda segundo Traquina (2005), não é possível “ir a todas” (ir a todas as notícias, noticiar tudo o que acontece). É necessário tomar decisões em relação aos acontecimentos que serão cobertos. No caso acima apontado a lógica comercial determinou o que foi notícia e o que não foi.

Nesse mesmo caso, observamos que não houve a utilização de internet nem de telefone na apuração do fato. Utilizou-se um gravador e a entrevista foi posteriormente editada em estúdio. Como dito anteriormente, essa é a predominância em entrevistas em áudio, mas não na coleta geral de informações. O telefone também aparece como uma fonte importante de contato com os ouvintes. Um exemplo é quando, no quarto dia de observação de rotinas, um ouvinte entrou em contato via telefone com reclamações sobre a coleta de lixo na cidade. Embora o assunto não tenha gerado uma pauta para o jornalismo da rádio, a prefeitura foi consultada sobre o problema. Acreditamos que um dos motivos pelo qual o assunto não foi abordado no programa é porque neste dia houve uso de uma quantidade maior de notícias extraídas da internet.

Precisamos considerar que a rede é utilizada a todo momento na produção do “Jornal da Comunitária”. Além de levantar informações nos sites, a produção também trabalha com e-mail, através dos qual recebe informações da editoria de polícia e releases de assessorias de imprensa da região. Isso acaba facilitando o trabalho dos produtores, mas ainda são poucos os municípios que possuem assessorias que enviam esses releases a produção, seja por e-mail ou por qualquer outro meio. Ainda, o MSN, tanto pessoal dos



comunicadores, quanto o da emissora, permanece on-line sempre que a produção acontece. Algumas apurações também são realizadas por esse canal, embora sejam raras. Segundo informaram os produtores, este é um canal importante para dialogar com as assessorias de comunicação da região. Na observação, entretanto, marcamos que quando se utiliza o MSN, é normalmente para se confirmar algum dado encontrado online.

Embora os computadores fiquem conectados à rede durante todo o processo, desde a apuração até a locução, a internet é utilizada apenas durante a produção. Assim, é possível que se deixe de noticiar fatos que venham a acontecer durante o momento da locução. Outro ponto que pode ser destacado é que pouco se usa os canais de interatividade da emissora para fins jornalísticos, o que não acontece nos programas de entretenimento. Durante a programação de entretenimento é possível ouvir que muitas vezes os locutores mencionam a participação dos ouvintes através do MSN, o que não acontece nos programas informativos.

Para Zachi (2009), hoje a produção do radiojornal é muito dependente da internet. É dela que se tira muita informação utilizada no “Jornal da Comunitária”. Para ele, isso não se alterou muito nos últimos anos. O que acontece é que hoje existem muito mais opções em termos de sites de pesquisa e fontes de informação. Porém é necessário considerar que ao mesmo tempo em que se tira muita informação da internet, a produção fica cada vez mais distante das pessoas ou ouvintes. Por exemplo, quando um temporal atingiu o município de Frederico Westphalen e o vento destelhou dezenas de casas, no dia 06 de outubro de 2009, a informação foi apurada via internet e telefone. As fontes foram o corpo de bombeiros e o secretário de obras no município. Naquela ocasião não se procurou ir ao local e ver o que se passava com

o morador de uma das casas destelhadas, que seria, possivelmente, a principal fonte. Dessa forma ocorre um distanciamento entre a redação e o ouvinte e uma perda na compreensão e descrição dos cenários em que se passam os eventos – característica do jornalismo radiofônico.

A produção normalmente finaliza o script do radiojornal por volta das 11 horas. Se considerarmos o rádio como um veículo que traz como uma de suas características o imediatismo, essa finalização da edição com uma hora de antecedência pode acarretar no declínio da qualidade do radiojornal, uma vez que os acontecimentos dos instantes anteriores passam a ser noticiados apenas no dia seguinte. Essa característica do imediatismo pode ser afetada ainda pela ausência de informações “ao vivo” durante a apresentação do radiojornal. Segundo Zachi, a presença de um comunicador com informações ao vivo sobrecarregaria aqueles que estivessem no estúdio. Ele afirma que se tem algum evento no horário que o radiojornal vai ao ar, a produção grava antes a matéria e dizem que naquele horário estará acontecendo determinado evento ou, ainda, gravam depois do ocorrido para que se divulgue em outro momento.

Nota-se ainda que o programa normalmente segue o script previamente elaborado. Evita-se qualquer alteração de última hora ou improvisado. A única atualização que percebemos foi no segundo dia de observação, quando a produção esqueceu de incluir no roteiro as notícias da editoria de polícia. Imediatamente um dos produtores e apresentadores correu até o computador onde imprimiu o material enviado por e-mail pela Brigada Militar de Frederico Westphalen. Assim, na hora, houve improvisação, mas foi a única manifestação perceptível na semana.

Também se observa que os locutores não mencionam a possibilidade de participação do ouvinte

durante a locução do radiojornal. Nos programas de entretenimento isso acontece com frequência. Percebe-se a ausência de interatividade durante a apresentação. Essa ausência de interatividade pode ser negativa em termos de conteúdos uma vez que o ouvinte pode ter informações a acrescentar no que esta sendo noticiado. Além disso, a interatividade proporcionaria um retorno sobre a satisfação do ouvinte em relação ao conteúdo que é disponibilizado. Outro benefício que a interatividade poderia incentivar é a fidelização do público.

A respeito de interatividade é importante destacar que a emissora proporciona várias formas de interação com seu ouvinte como o MSN, e-mail, o mural de recados disponível no site, celular para envio de SMS. Apesar de todas essas possibilidades o ouvinte pouco interage com a produção jornalística da emissora, ao contrário do que acontece com os programas de entretenimento.

Durante a observação, pôde-se perceber a interação produção/ouvinte em dois momentos. No quarto dia de produção observado, um ouvinte ligou pra emissora reclamando do lixo da sua rua que, segundo ele, não havia sido recolhido nos últimos dias. Porém, o que se destaca nesse caso é o fato da informação não ter sido verificada e não ter virado pauta. A atitude da produção foi dar um telefonema ao secretário de obras do município solicitando que solucionassem o problema daquele cidadão. Ainda, no quarto dia da observação, um ouvinte ligou para a rádio, durante a locução, para perguntar o telefone de uma loja da cidade. Segundo os produtores e locutores, isso acontece com frequência. Percebe-se aqui que o maior canal de interação utilizado no jornalismo é o telefone. De maneira geral é através dessa tecnologia que acontece a interação entre público e produção.

Outro ponto de destaque foi um momento de interação entre a equipe de jornalismo da Rádio

Comunitária e outro veículo de comunicação da região. Nessa situação a produção da emissora serviu como fonte para a reportagem do Jornal Frederiquense. Após o temporal ocorrido na região, no dia 06 de outubro de 2009, a equipe do Jornal Frederiquense ligou para a produção de jornalismo da Rádio Comunitária para levantar informações como número de casas destelhadas, árvores caídas, entre outras. Essas informações tinham sido levantadas através de telefonemas aos bombeiros e a secretaria de obras do município de Frederico Westphalen. De acordo com os produtores isso acontece com frequência.

Considerações Finais

A produção jornalística da Rádio Comunitária de Frederico Westphalen enfrenta um problema comum em emissoras de pequenas cidades, principalmente as comunitárias: a falta de pessoal. Com uma equipe reduzida para produzir o conteúdo jornalístico, as iniciativas de convergência na redação podem ser relacionadas principalmente com a economia de tempo e de recursos no levantamento das informações.

Os comunicadores atuam predominantemente no modelo de jornalista sentado apresentado por Pereira, deixando de, na maior parte das produções, presenciarem o evento. Desta forma, contrariam o que prevê a essência do rádio: a presença no palco dos acontecimentos. A informação transmitida aparece, assim, a partir de releituras ou de fontes secundárias. Trata-se de relatos de envolvidos direta ou indiretamente, sem a complementação da verificação do repórter.

Estando na redação, o jornalista busca notícias em sites informativos e contata suas fontes fundamentalmente através da mediação das tecnologias, como o telefone fixo ou móvel e o computador. Na emissora, de maneira geral, esse



também é o principal canal de diálogo com os ouvintes. O entretenimento da emissora utiliza de maneira constante os espaços virtuais de diálogo, mas o mesmo não acontece com o jornalismo, que quase não explora ferramentas como o site ou o MSN para falar com seus ouvintes.

É importante destacar que, embora o rádio, principalmente em cidades de médio e grande porte esteja passando por revisões em seu formato e na maneira como se relaciona com a informação, em cidades pequenas e interioranas essa mudança ainda não se observa. Aparentemente o novo rádio ainda não ultrapassou todos os limites e não chegou a todos os espaços. O que há de novo no rádio nessas emissoras são as ferramentas e estratégias de apuração, e não seus formatos ou a maneira como se relaciona com a informação.

Mas, como ressaltam Ferraretto et al (2010), já é possível observar uma mudança na maneira como o jovem, ainda que em uma cidade pequena de interior, se relaciona com o rádio e com o consumo de conteúdos sonoros. Esta mudança – e o fato do número de pessoas que consomem informação online e que se conectam a partir de dispositivos móveis estar crescendo a cada dia – deve levar, a médio prazo, a uma revisão também destas emissoras localizadas em zonas periféricas e/ou afastadas dos grandes centros.

O fazer jornalístico e a reflexão sobre o próprio conceito do que é o rádio devem romper as fronteiras e levar a novas rotinas, com a incorporação de conteúdos multimídia aliados à predominância da base sonora; com a potencialização do já tradicional caráter imediato e interativo do meio; com a compreensão de um novo perfil de público e de suas demandas por distintos formatos e plataformas. O rádio deve enfrentar seu maior desafio: a integração à realidade digital do contexto da convergência e aos dispositivos multiplataforma

sem perder sua identidade e sem deixar de ser próximo de seu ouvinte – agora ouvinte-internauta. Seja uma emissora comunitária em uma pequena cidade do interior ou a cabeça de rede de um grande grupo, a adequação à mudança é inevitável. Vivemos agora o nascimento de um novo rádio, hipermidiático, multimídia, multiplataforma. Ainda próximo, companheiro e atual. Ainda rádio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIANCO, N. O Futuro do rádio no cenário da convergência frente às incertezas quanto aos modelos de transmissão digital. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009.
- CANTERLE, J. et al. Rádio Comunitária de Frederico Westphalen: em busca da pluralidade no espaço público. In: Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação. 03., 2007, Santa Maria. Anais... Santa Maria: FACOS, 2007.
- CRUZ NETO, O. O Trabalho de Campo como Descoberta e Criação. In: MINAYO, M. C.(org). Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade, 21ª Ed, Petrópolis, RJ: Vozes; 2002.
- CUNHA, M. Não é mais possível pensar o rádio como antes. In: Razón y Palabra. Num 48, dez/2005-jan/2006.
- FERRARETTO, L.A. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2007.
- GARCÍA AVILÉS, J. A. et al. Métodos De Investigación Sobre Convergencia Periodística. In: Seminário do Acordo de Cooperação Brasil-Espanha, 2007, Salvador. Anais... Salvador: POSCOM, 2007.
- _____; CARVAJAL, M. Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. In: Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies. Vol 14(2). pp. 221–239. Sage, 2008.
- GARCÍA LASTRA, J. M. Entrevista concedida a Debora Lopez e Marcelo Freire. Madrid, 11/02/2011.
- GIL, A.C. Como elaborar Projetos de Pesquisa. 4ªed. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIRARDI, I.; JACOBUS, R. Para fazer Rádio Comunitária com “C” maiúsculo. Porto Alegre: Inveno, 2009.
- JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2006.
- KISCHINHEVSKY, M. Convergência nas redações - Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, C. (org) Jornalismo On-Line: modos de fazer. Rio de Janeiro: PUCRIO: Ed. Sulina, 2009.
- KOCHHANN, R.; RECHMANN, A.; LOPEZ, D. Tecnologia e rádio: aproximações iniciais sobre o processo de convergência no jornalismo radiofônico. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32., 2009, Curitiba. Anais... São Paulo: INTERCOM, 2009.
- _____; FREIRE, M.; LOPEZ, D. Rádio: Convergência Tecnológica e a Evolução dos Dispositivos. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 08., 2011, Guarapuava. Anais... São Paulo: REDE ALCAR, 2011.
- LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. Fundamentos de metodologia Científica. 6ªed. São Paulo: Atlas, 2007.
- LOPEZ, D.C. Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. 2009. 301 f. Tesis (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.
- PEREIRA, F. H. O jornalista on-line: um novo status profissional? – Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de “jornalista sentado”. Dissertação. UnB. Brasília, 2003.
- PERUZZO, C. Rádios comunitárias: entre controvérsias, legalidade e repressão. Disponível em: http://www.ciciliaperuzzo.pro.br/artigos/radio_comunitaria_controversias_legislacao_e_repressao.pdf. Acesso em: 14 out. 2009.
- SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.
- SEPAC. Rádio: a arte de falar e ouvir. São Paulo: Paulinas, 2003.
- TÁRCIA, L. O jornalista do futuro, agora. Observatório da Imprensa. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com/artigos.asp?cod=330DAC001.mai2005>. Acesso em: 30 jun 2005.
- TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo. 2ªed. Florianópolis: Insular, 2005.
- ZACHI, J.R. Entrevista concedida a Roscéli Kochhann em 05 de novembro de 2009. Frederico Westphalen, 2009.
- O novo rádio: um estudo sobre a tecnologização da redação em uma emissora comunitária de interior
Debora Cristina Lopez
e Roscéli Kochhann
- Data do Envio: 29 de março de 2011.
Data do aceite: 22 de maio de 2011.





13

Som e complexidade urbana: apontamentos a partir de uma visão sistêmica das sonoridades do comércio popular no Hipercentro de Belo Horizonte¹

Sound and urban complexity: notes on the popular commerce sonorities in Belo Horizonte, downtown from a systemic point of view

Juliana O. Rocha Franco²
e Pedro Silva Marra³

RESUMO A partir da compreensão das cidades e ambientes urbanos como um sistema complexo, a proposta do presente texto é analisar a sonoridade da cidade de Belo Horizonte, buscando compreender como os habitantes da cidade atuam e se apropriam do ambiente urbano e como organizam suas experiências tendo em vista a sua relação com este ambiente. O estudo de caso descrito neste trabalho é baseado em dados levantados pelo projeto “Cartografias Urbanas”, vinculado ao Centro de Convergência de Novas Mídias da UFMG.

PALAVRAS-CHAVE Comunicação; Complexidade; Cidades; Sonoridades; Pregões.

ABSTRACT From the point of view of the city and the urban ambients as a complex system, this text intends to analyse Belo Horizonte city’s sonority, trying to understand how the city’s inhabitants act and appropriate of the urban ambient and how they organize their experiences in relation to this ambient. The case study described in this work is based in data achieved by the research Project “Cartografias Urbanas”, linked to the Centro de Convergência de Novas Mídias da UFMG.

KEYWORDS Communication, Complexity, Cities, Sonority, City Cries.

1 Agradecemos à Professora Regina Helena Alves da Silva pela oportunidade de fazer parte do grupo de pesquisa “Cartografias Urbanas” e pelo acesso aos dados.

Agradecemos também ao Professor Jorge de Albuquerque Vieira, que de maneira sempre elegante e didática, abriu um mundo novo ao nos apresentar a Ontologia Sistêmica.

2 Doutoranda em Comunicação e Semiótica na PUC/SP. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais e Graduada História pela Universidade Federal de Minas Gerais. Trabalhou como pesquisadora do Centro de Convergência de Novas Mídias onde foi bolsista de desenvolvimento tecnológico industrial pela Finep/Ministério da Ciência e Tecnologia. É professora de Semiótica e Teorias da Comunicação. Email: judorf@gmail.com

3 Professor dos Cursos de Comunicação Social e Design de Interiores do Instituto Metodista de Minas – Izabella Hendrix. Mestre em Comunicação Social pelo Programa de Pós Graduação em Imagem e Sociabilidade da Universidade Federal de Minas Gerais. Pesquisador do grupo de Pesquisa Cartografias Urbanas. Email: pedromarra@gmail.com

Introdução

A proposta do presente texto é, a partir da compreensão das cidades e ambientes urbanos como um sistema complexo (MORIN: 2002; VIEIRA: 2002), analisar aspectos da sonoridade do hipercentro da cidade de Belo Horizonte. Vera França (2003), ao propor uma perspectiva comunicacional que privilegia as interações comunicativas em detrimento dos estudos puramente informacionais da comunicação, ressalta a proximidade de tal abordagem a epistemologia da complexidade, de Edgar Morin:

Ao paradigma da simplificação (o grande paradigma do Ocidente, da ciência e do pensamento ocidental), que se desenvolveu através do primado dos procedimentos de disjunção e redução, Morin propõe o paradigma da complexidade, que quer “religar o que o pensamento disciplinar disjuntou e parcelizou”; que pretende “confrontar-nos com a indizibilidade e indecidibilidade do real” e, portanto, com o invisível que o pensamento simplificador deixou de lado (França, 2003, p.02).

A abordagem do presente texto, em consonância com as teorias da complexidade, visa abandonar o modelo de uma sociedade compartimentarizada, analisada por teorias igualmente estanques na busca de resgatar e compreender a complexidade da realidade social. Dessa maneira, nossa compreensão dos fenômenos comunicativos procura ultrapassar o que França (2003) denomina “sua face mais evidente (sua dimensão empírica, que se realiza sobretudo no espaço dos meios de comunicação)”, e lança seu olhar para o conjunto da vida social, em especial as sonoridades dos espaços urbanos.

Segundo Carlos Fortuna, existe uma grande

possibilidade de se conhecer os espaços urbanos por meio de suas sonoridades, o que permitiria encontrar pistas que remetem ao comportamento de sua vida social: “For that I avail myself of analogy and metaphor in order to consider the heuristic value of sonorities and their relationship with behaviours and urban social life and environments⁴” (FORTUNA, 2001. p.1).

Entre a enorme quantidade de variáveis que caracterizam a complexidade urbana, bem como sua sonoridade, nos deteremos especificamente nos pregões de vendedores ambulantes e anúncios de lojas. A escolha pelos pregões deve-se ao fato de procurarmos, ao pensarmos o espaço urbano, práticas à margem dos processos sociais e políticos hegemônicos e que são na maioria das vezes desconsideradas pelo poder público por serem banais e fragmentadas, mas que de alguma forma ordenam e são ordenadas pela maneiras de viver urbanas.

Nas grandes cidades, o que se costuma chamar de cidade informal⁵ abriga alguns dos maiores desafios para a urbanização e melhoria da qualidade de vida. Uma de nossas hipóteses é a de que através das sonoridades podemos capturar práticas cotidianas comuns através das quais o espaço da cidade é ocupado e negociado. O vendedor ambulante ou de rua que anuncia seus produtos através do pregão pode ser considerado um elemento emblemático nesse sentido⁶.

4 “Para isso eu me permito uma analogia e metáfora a fim de considerar o valor heurístico das sonoridades e sua relação com comportamentos e a vida social urbana e os ambientes” - tradução nossa.

5 Para maior detalhamento sobre o assunto ver: VALENÇA, Márcio Moraes (Org.). Cidade (i)legal. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

6 É importante ressaltar que em Belo Horizonte, constatamos que a prática foi re-apropriada pelo universo do comércio formal, sobretudo aquele de clientela de menor poder aquisitivo. No entanto, não saímos do campo da informalidade, na medida em que não há regulação para a prática.



A partir da análise dos dados coletados pelo projeto Cartografias Urbanas (UFMG)⁷ pudemos perceber variações dos pregões ao longo do dia: um comportamento que parecia aleatório e desorganizado apresentava padrões que emergiam da relação entre o pregoeiro e o ambiente no qual ele se localizava. Nossa hipótese é a de que se trata de um comportamento tipo *bottom-up* ou o que Johnson (2003, p.14) afirma ser emergência: “movimento das regras de nível baixo para a sofisticação do nível mais alto”. No caso, a emergência de modelos de auto-organização. A fim de ilustrar nossa hipótese, apresentaremos no presente texto, três estudos de caso.

Partiremos da noção de que qualquer som – e especificamente a forma como os pregoeiros interagem com a sonoridade dos locais onde trabalham em suas práticas profissionais – pode constituir-se como estímulo para a comunicação humana, que a partir dele produzirá sentidos e estabelecerá padrões para sua compreensão, mesmo que de forma não consciente ou não racional. François Bayle afirma que, embora não possua competência para compreender os detalhes significantes da língua japonesa ou do ruído do vento, percebe nestes sons uma certa lógica (BAYLE, 1996, p. 136). Assim também podemos percebê-la nos sons da cidade. Estes sons podem ser considerados pistas a partir dos quais buscaremos maneiras de acessar não só certas lógicas de organização da cidade, mas também diferentes sensibilidades auditivas.

As cidades como um sistema complexo

As relações sociais nos dias de hoje têm constituído majoritariamente os espaços urbanos.

7 Para mais informações sobre o Projeto Cartografias Urbanas, ver: SILVA et al. Dispositivos de Memória e narrativas do espaço urbano: cartografias flutuantes no espaço e no tempo, In e-compós, Brasília, v.11, n.1, jan/abr. 2008.

Segundo dados do Fundo de População das Nações Unidas, até 2030, a população urbana aumentará para 5 bilhões, ou 60% da população do mundo⁸. Pela primeira vez na história da humanidade, mais de metade da população da Terra viverá em área urbana.

Ao iniciar seu livro sobre sistemas complexos adaptativos, John Holland (1995), um destacado membro do “Santa Fé Institute” se interroga justamente sobre as cidades: “What enables cities to retain their coherence “despite continual disruptions and a lack of central planning?”⁹. As cidades contemporâneas têm se configurado como lócus da diversidade e multiplicidade. Por meio das lentes de complexidade é possível compreender as cidades para além das relações de causa e efeito, presentes em sistemas lineares mas que entretanto não conseguem explicar fenômenos complexos. Muitos estudiosos do fenômeno urbano já mostraram que as cidades se estruturam como uma rede interconectada de processos auto-organizados (HOLLAND: 1995, JOHNSON: 2003). Dessa forma, as cidades podem ser percebidas como grandes sistemas dinâmicos constituídos por um grande número de sub-sistemas heterogêneos que interagem uns com os outros de modos não lineares e onde as inúmeras variáveis estão em constante interação e mudança.

É importante ressaltar que essa complexidade no/do espaço urbano é configurada por meio de uma dinâmica de intensa atividade intersemiótica. Segundo Sebeok (1991, p. 22) “All living things, whole organisms as well as their parts, are interlinked in a highly ordered fashion. Such order,

8 Relatório sobre a Situação da População Mundial: Desencadeando o Potencial do Crescimento Urbano, New York, UNFPA, 2007. Disponível em: www.unfpa.org.br/relatorio2007.

9 “O que permite que as cidades mantenham a sua coerência, não obstante os desmembramentos constantes e uma ausência de planejamento central?” - tradução nossa.

or organization, is maintained by communication”¹⁰. Pensar os eventos sônicos do espaço urbano em sua dimensão comunicacional possibilita um olhar diferenciado, para além das tradicionais abordagens que pensam o som meramente como um fenômeno físico, baseadas nos parâmetros de nível sonoro, amplitude, onda, timbre, etc. Entretanto, não se trata de dispensar essas ferramentas de análise, trata-se de pensar para além delas, compreendendo aspectos sociais e culturais do som, bem como sua inserção no espaço da cidade.

Em busca de mecanismos e instrumentos metodológicos que podem ajudar a apreender a complexidade e diversidade de nosso objeto, optamos como framework um enfoque sistêmico como leitura operacional do paradigma da complexidade. Especificamente, utilizaremos uma Ontologia Sistêmica (BUNGE,1979)¹¹ tal como sistematizada por Jorge Albuquerque Vieira (2002; 2008) a partir de autores como Avanir Uyemov e Kenneth Denbigh. Levaremos em consideração também a organização de sistemas dinâmicos não lineares em processos de caos determinista, como tem sido pensado no “Santa Fé Institute” (HOLLAND, 1995). Segundo Fritjof Capra:

A concepção sistêmica vê o mundo em termos de relações e de integração. Os sistemas são totalidades integradas, cujas propriedades não podem ser reduzidas às de unidades menores. Em vez de se concentrar nos elementos ou substâncias básicas, a abordagem sistêmica enfatiza princípios

10 “Todos os organismos e coisas vivas tanto quanto suas partes são interligadas num alto modo ordenado. Tal ordem, ou organização é mantida pela comunicação” - tradução nossa.

11 A ontologia é necessária no estudo de sistemas porque permite entendê-los em seus conceitos fundamentais, como espaço, tempo, matéria, substância, processo e dentro de ramos distintos da ciência sem perder a noção do todo por que busca a noção do completo (Vieira, 2000).

básicos de organização (CAPRA, 1996, p. 260).

Hissa (1998, p.37) argumenta que o planejamento urbano, que orienta processos de intervenção nas cidades, é geralmente realizado à “distância” do objeto de intervenção: tal distância se constitui a partir de uma abordagem metodológica na qual o planejador se coloca à distância do “objeto” do conhecimento e transformação independentemente de qual seja a sua natureza o que gera uma abordagem metodológica que se dá de maneira “top down” e impositiva: planeja-se “de cima para baixo”.

A perspectiva sistêmica permite abordar a complexidade urbana de maneira que a Cidade seja compreendida como um sistema marcado pela a auto-organização, a não-linearidade, e pela imprevisibilidade, com os fluxos comunicativos desempenhando papel importante neste processo, desmistificando a ideia de que as cidades seriam desordenadas e necessitariam de uma “intervenção institucional” que fundamentalmente garantisse um espaço urbano ordenado.

Um sistema pode ser definido conforme Jorge A.Vieira (2008, p.29) e Uyemov (1975, p.96) da seguinte maneira: “um agregado (m) de coisas (qualquer que seja sua natureza) será um sistema S quando por definição existir um conjunto de relações R entre os elementos do agregado de tal forma que venham a partilhar propriedades P”¹². Por se tratar de uma definição com um alto grau de abstração, é possível aplicá-la em uma vasta gama de objetos que podem ser compreendidos a partir de uma visão sistêmica. Dessa forma, qualquer objeto pode ser apresentado como um sistema e o mundo não é simplesmente dividido dicotomicamente entre coisas que são sistemas e que não o são.

Vieira (2000, p. 3) ainda afirma que os sistemas

12 Em termos lógicos: (m) S = def [R(m)]P.



“são sempre abertos em algum nível, o que implica que sejam envolvidos por algum outro sistema, que em Teoria de Sistemas é o chamado Ambiente”. O pensamento sistêmico nos ensina que os sistemas complexos têm propriedades emergentes que não residem em qualquer de suas partes. A fim de compreender o todo, devemos abraçar a complexidade e focar as interações dinâmicas entre as partes.

Dos sons aos ritmos e sonoridade urbanos

As três características básicas do som – altura, intensidade e timbre – constituem elementos base para a análise de um som – suas propriedades, seu significado, etc. Contudo, estas propriedades não explicam todas as questões sonoras. Os sons não são escutados de maneira isolada – a todo momento nossa audição é acionada por um sem número de sons, que podem ainda se repetir ou combinar produzindo sentidos e sensações ainda mais complexas. É na escuta da sucessão de sons diferentes, ou na repetição dos mesmos ao longo do tempo – repetição esta que sempre traz a possibilidade de jogar nova luz sobre aquilo que já havia aparecido anteriormente – que percebemos o ritmo. Segundo Henri Lefebvre,

Rhythm reunites quantitative aspects and elements, which mark time and distinguish moments in it – and qualitative aspects and elements, which link them together, found the unities and result from them. Rhythm appears as regulated time, governed by rational laws, but in contact with what is least rational in human being: the lived, the carnal, the body. Rational, numerical, quantitative and qualitative rhythms superimpose themselves on the multiple natural rhythms of the body (respiration, the heart, hunger and thirst,

etc,) though not without changing them¹³. (LEFEBVRE, 2004, p. 8-9)

O autor francês afirma que a vida e as sociedades possuem um ritmo; que onde quer que exista interação entre lugar, tempo e dispêndio de energia, existirá ritmo. Existe o ritmo linear do mundo do trabalho, sempre intercalado pelos momentos de lazer e descanso. Mas existem também aqueles ritmos cíclicos como o das estações do ano, o dia e a noite, as ondas do mar. Estabelecer o laço social é imprimir ritmos a uma relação, da mesma forma que “for there to be *change*, a social group, a class or a caste must intervene by imprinting a rhythm on an era, be it through force or in an insinuating manner”¹⁴ (LEFEBVRE, 2004, p.14).

Percebemos, assim, a importância da interação dos sons, colocados juntos e articulados por nossa percepção deles para a compreensão do espaço urbano. Afinal, não escutamos um carro sozinho, uma música isolada, ou uma única conversa, mas estes e outros sons ao mesmo tempo – é a nossa audição que os privilegia e conecta. Tal fato abre a possibilidade de pensarmos na idéia não mais de sons, mas de uma sonoridade urbana, na qual percebemos e avaliamos os ritmos da cidade. A idéia de sonoridade é ainda pouco trabalhada e remete usualmente ao som em si (CASTRO, 2010, p. 2). Interessado em investigar as sonoridades da guitarra elétrica tensionadas pelas

13 “Ritmo reúne aspectos e elementos quantitativos, que marcam o tempo e nele distinguem momentos – e aspectos e elementos qualitativos, que os juntam, fundam as unidades e dele resultam. O ritmo aparece como tempo regulado, governado por leis racionais, mas em contato com aquilo que é menos racional no ser humano: o vivido, o carnal, o corpo. Ritmos racionais, numéricos, quantitativos e qualitativos se superpõem aos múltiplos ritmos naturais do corpo (respiração, o coração, fome e sede, etc) mas não sem transformá-los.” - tradução nossa.

14 “Para que haja mudança, um grupo social, uma classe ou uma casta devem intervir por meio da impressão de um ritmo em uma era, seja pela força ou de uma maneira insinuante.” Tradução nossa.

novas tecnologias digitais, o musicólogo Guilherme de Castro nos oferece um insight que pode ser de grande valia para a investigação das sonoridades urbanas.

“Podemos pensar a sonoridade como sendo uma característica imanente do som, mas que se relaciona simbolicamente com seu contexto de criação, uso e significação. Os parâmetros que envolvem uma sonoridade são diversos, dialógicos e oriundos de vários fatores: o jeito de se tocar um instrumento (individualidade); o instrumento em si; representação semiótica da fonte sonora; intenção composicional; interação entre individualidades – como acontece em situações de prática musical coletiva” (CASTRO, 2010, p.5)

Analogamente, podemos pensar a sonoridade urbana com este grau de interação comunicativa: a sonoridade seria formada pela interação dos sons existentes em determinado espaço, percebidos pela audição de seus habitantes; ao mesmo tempo em que são estes habitantes que produzem esta diversidade de sons, a partir da forma como eles escutam o ambiente. Pensemos na sonoridade de uma rua congestionada: temos uma grande quantidade de automóveis de diversas marcas e modelos ligados, com seus motores a combustão emitindo sons intensos, diversos e irregulares, além de um sem número de motoristas, pedestres e passageiros, que de acordo com seu nível de paciência com o caos viário (estado de espírito que seguramente tem como uma componente a forma como estes sujeitos escutam) buzina, xingam ou mantêm um silêncio resignado, contribuindo ativamente com a constituição e complexidade desta sonoridade. No exemplo percebemos como o ritmo introduzido pelos automóveis nas sonoridades urbanas contemporâneas possibilitam que “o corpo

possa agir nas dimensões temporais e espaciais do ambiente, assim como permitir que as ocorrências do ambiente possam ser traduzidas nas dimensões mais próximas daqueles da existência corporal”¹⁵ (IAZZETTA, 2009, p.82). Assim, na sonoridade estão imbricadas redes de relações: os sons não obedecem somente a uma lógica interna e imanente à sua produção, nem nossa percepção os informa completamente. Ambas as instâncias interagem.

A partir das perspectivas acima, entre os anos de 2003 e 2009, o projeto Cartografias Urbanas realizou uma série de saídas de campo, com um procedimento metodológico de compreensão, percepção e mapeamento dos espaços urbanos, chamado de “mapeamento de deriva”. Concebido a partir da experiência de deriva desenvolvida pelo grupo Internacional Situacionista, a experiência não só permitiu a passagem rápida por ambiências diversas que constituem o espaço urbano, mas também um registro dos usos dos espaços urbanos que constituem esses ambientes. Os percursos foram chamados de derivas numa clara referência aos situacionistas, mas o procedimento diferia do original por que as derivas eram planejadas e delimitadas. A semelhança que se buscava estava, sobretudo, na atitude de estranhamento do cotidiano e na valorização das possibilidades de uso dos lugares. Uma vez estabelecida uma rota na região, pesquisadores (de diferentes campos do conhecimento) foram para a rua, armados com cadernos de campo, gravadores MD (mídia digital de som), câmeras fotográficas e câmeras de vídeo

15 Na passagem citada, Fernando Iazzetta comenta a relação entre o corpo e a música mediada pela máquina no campo da música eletrônica e eletroacústica, como pesquisada pelo musicólogo Simon Emmerson. Sabemos que no exemplo dado por nós não tratamos de uma escuta musical, mas ainda assim, de uma escuta de sons em um ambiente em que a máquina está bastante presente e alterou de maneira significativa as relações corporais e ambientais de espaço e de tempo. Neste sentido, percebemos um paralelismo entre as duas situações, dada sobretudo pelos efeitos do som no corpo.



para gravar a experiência de se deslocar pela cidade¹⁶.

Dentro do projeto, foram executadas “derivadas sonoras”: uma adaptação das derivadas cartográficas, com o objetivo de voltar a atenção especificamente para as sonoridades urbanas. As gravações eram iniciadas no início da caminhada pelo trajeto e só terminavam ao seu final. Várias derivadas foram realizadas, em dias e horários diferentes. O material gravado foi posteriormente escutado e decupado, processo que produziu um mapeamento dos registros, que permite identificar o som escutado e, na maioria dos casos, remetê-lo à hora e local exato do percurso em que foi captado.

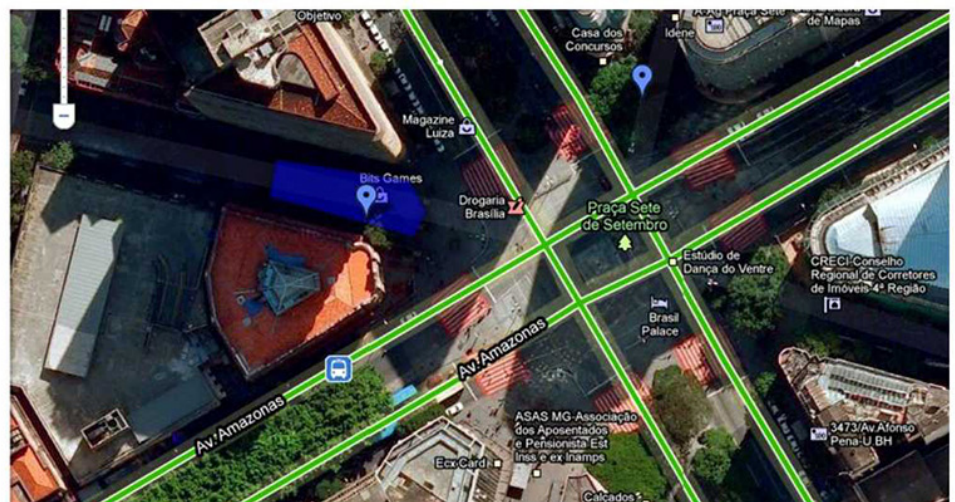
Os pregoeiros e pregões como um subsistema e emergência de um comportamento adaptativo

A partir destes registros coletados pelas derivadas, pudemos perceber que os pregões variam ao longo do tempo. A princípio um comportamento que parecia aleatório revelou padrões que emergiam da relação entre o pregoeiro e o ambiente no qual ele se localizava. Dessa forma, procuramos mapear e apontar um comportamento adaptativo, compreendido como um processo através do qual os organismos evoluem¹⁷ através de uma reorganização com a finalidade de sobrevivência (HOLLAND, 1998). Tanto a cidade quanto os pregoeiros através dos pregões apresentam propriedades que podem ser consideradas como instâncias de uma classe de fenômenos que caracterizam sistemas complexos adaptativos.

Em decorrência dos *limites* do texto, nossa ênfase principal será sobre a identificação das relações do sistema com o Ambiente externo. Para tal abordagem, estruturamos nosso estudo em 03 agrupamentos que serão compreendidos como sistemas: os gritos dos serviços de cabeleireiro, vendas de telefones celulares e avaliação de metais preciosos presentes na Praça Sete, que chamaremos de “Sistema Sonoro 01”. O grupo dos vendedores de loteria localizado na Avenida Afonso Pena e imediações (rua da Bahia, entre Avenida Afonso Pena e Rua Goiás) próximos ao prédio dos Correios e da Prefeitura Municipal, que chamaremos de “Sistema Sonoro 02” e os anunciantes de lojas da Avenida Paraná e imediações denominados “Sistema Sonoro 03”.

Sistema Sonoro 1:




-  **Pregoeiros**
Pregoeiros de lojas de óticas e celulares. Rua Rio de Janeiro, próximo a casa dos concursos
-  **Pregoeiros**
Área ocupada por Pregoeiros de lojas de avaliação de metais preciosos, óticas, celulares e vendedores de vale-transporte
-  **Pregoeiros**
Pregoeiros de lojas de avaliação de metais preciosos, óticas, celulares e vendedores de vale-transporte. Rua Carijós, próximo a Bits Games



¹⁶ Para uma maior explanação sobre o método de coleta de dados do Cartografias Urbanas, ver: SILVA et al., (2008)



¹⁷ É importante destacar que o termo “evolução” neste trabalho significa aumento de complexidade.

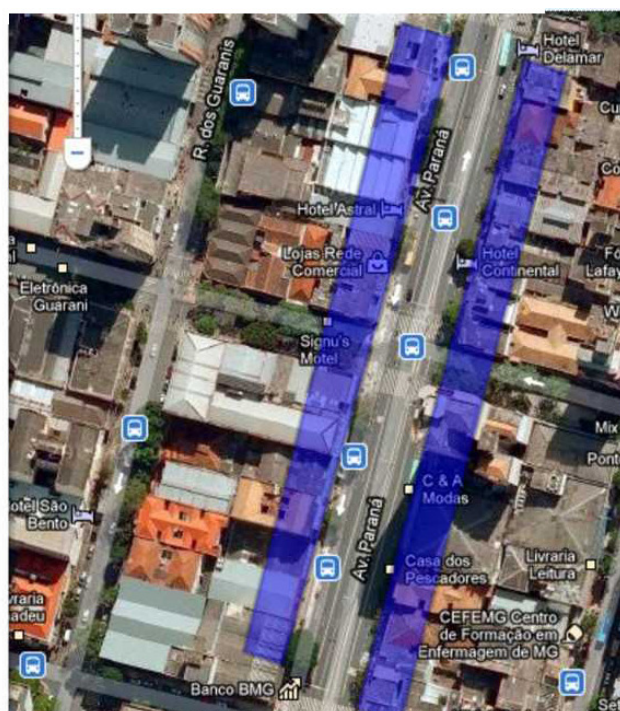
Sistema Sonoro 2:

- 
[Vendedor de Mega-Sena 1](#)
 Vendedor de Mega-Sena, próximo ao correio e a prefeitura - Avenida Afonso Pena
- 
[Vendedor de Mega-Sena 2](#)
 Vendedor de Mega-Sena, próximo ao Sindicato Nacional dos Técnicos da Receita Federal
- 
[Vendedor de Mega-Sena 3](#)
 Vendedor de Mega-Sena, próximo ao Hotel Metrópole, esquina das Ruas Goiás e Bahia



Sistema Sonoro 3:

- 
[Lojas com autofalantes nas portas, lado direito](#)
 Área com presença intermitente de lojas de artigos domésticos e confecções populares, com autofalantes nas portas anunciando produtos das lojas
- 
[Lojas com autofalantes nas portas, lado esquerdo](#)
 Área com presença intermitente de lojas de artigos domésticos e confecções populares, com autofalantes nas portas anunciando produtos das lojas



O recorte obedece à definição de sistema de Uyemov e nossa análise se configurará a partir dos parâmetros sistêmicos tal como conceituados por Vieira (2000), Bunge (1979) e Uyemov (1975: 93).

Todo sistema apresenta parâmetros básicos ou fundamentais e parâmetros evolutivos. A diferença entre um e outro é que os parâmetros evolutivos indicam sua temporalidade e podem ou não aparecer e se modificar ao longo do tempo.

A "Permanência" é o princípio fundamental de qualquer sistema, no sentido em que os existentes tentam permanecer. No nosso caso específico, está ligada ao sucesso dos pregoeiros em suas vendas, o que possibilitaria sua sobrevivência como tal. Na busca pela sobrevivência é necessário o estabelecimento de certas



estratégias visando condições de permanência face ao “Ambiente”, que é o segundo parâmetro básico sistêmico.

O “Ambiente” de um sistema também é um sistema (que o envolve). Nesse caso, o Ambiente seria o próprio espaço urbano, especificamente o Hipercentro da cidade de Belo Horizonte. É importante destacar os aspectos sonoros aí presentes: como a maioria das grandes cidades contemporâneas Belo Horizonte possui a expansão urbana associada à difusão do automóvel cujos ruídos permeiam, em maior ou menor grau, todos os registros. Contudo, existem ainda uma grande quantidade de outros sons presentes na cidade, como por exemplo, o burburinho dos pedestres, músicas tocadas em bares, lojas e igrejas¹⁸ e os próprios pregões a serem analisados neste trabalho. Ressaltamos ainda que Belo Horizonte é uma das poucas cidades que mantém um centro que funciona como articulador da vida social da cidade, devido a seu comércio, presença de repartições públicas, bancos e do próprio sistema de transporte coletivo urbano – uma grande maioria das linhas de ônibus cruza a região.

Os pregoeiros presentes do “Sistema Sonoro 01” localizam-se em uma Praça (Praça sete), mais especificamente no quarteirão fechado das ruas Carijós e Rio de Janeiro, que lá desembocam. Não há trânsito de veículos e o fluxo de pedestres é intenso. Enquanto isso, os vendedores de loterias do “Sistema Sonoro 02”, localizam-se em uma região de intenso fluxo de veículos e com uma quantidade bem menor de pessoas circulando. O ambiente do “Sistema Sonoro 03” apresenta-se como importante via de trânsito dos ônibus coletivos da cidade (Avenida Paraná), apresentando a maior concentração de comércio entre os três locais, e o fluxo mais espaçado e menos intenso de pedestres.

Conforme as leis da termodinâmica do não

equilíbrio (PRIGOGINE, 1976, p.95), um sistema em sua relação como ambiente estabelece uma intensa teia de relações que abre a possibilidade de trocas. No caso dos pregoeiros há troca de matéria (bens), energia (trabalho) e informação (signos). Para a sua manutenção, tais trocas devem ser favoráveis ao sistema. Dessa forma, delinea-se o parâmetro básico “Autonomia”, que está diretamente ligado à capacidade de adaptação do sistema, que deve internalizar uma memória do que é favorável para sua permanência. Nesse caso, a Autonomia depende da capacidade de articular e armazenar informações que ligam o sistema ao seu passado e abre a possibilidade para estados futuros através do desenvolvimento de estratégias coerentes com a sua sobrevivência. A Autonomia, pensada em relação aos pregoeiros, é em grande parte possível via suas relações de comunicação: o processo pelo qual cada um dos sistemas analisados se ajusta a seu ambiente, como veremos mais adiante, acontece na medida em que vão acumulando experiência. Esse processo se dá fundamentalmente no plano da comunicação, que contextualiza e situa os agentes no espaço. Conforme afirma Vieira, “os sistemas complexos percebem e selecionam informação em seu ambiente, tornam-se sensíveis às diferenças que percebem do meio ambiente” (VIEIRA, 2008, p. 36).

O parâmetro evolutivo “Composição” delimita aquilo que compõe o sistema. É o agregado “M” apontado por Uyemov. O “Sistema 01” envolve serviços de cabeleireiro, vendas de telefones celulares e avaliação de metais preciosos presentes na Praça Sete. O “Sistema 02” é constituído majoritariamente por vendedores de loterias, (em sua maioria deficientes visuais) e o “Sistema 03”, anunciantes utilizando caixas de som de média potência (entre 100 e 200 wats), posicionadas em frente às lojas de tecido, roupas, enxoval e alguns açougues e lojas de produtos evangélicos – algumas

¹⁸ Ainda resiste a tradição de execução da Ave Maria às 18h.

destas lojas estão ligeiramente mais distantes entre si, outras são vizinhas de parede. Existem elementos que são comuns a todos os sistemas, sobretudo o uso da voz e da palavra e o fato de as enunciações dirigirem-se aos pedestres com o objetivo de fazê-los consumir. Eles diferenciam-se, contudo, de diversas formas, passando pelo tom de voz e ritmo utilizados e chegando até a variações em termos de funções da linguagem (JAKOBSON, 2005). Dessa maneira, foi possível perceber que o “Sistema Sonoro 01”, utiliza predominantemente a função fática: se limita a informar o produto/serviço oferecido, a todo momento testando o canal de informação. O “Sistema Sonoro 02”, cujas relações se estabelecem visando transmitir mais informações sobre produto, é marcado pela função informativa. No “Sistema Sonoro 03”, predomina a função emotiva, ressaltada principalmente quando o pregoeiro tenta estabelecer uma conversa efetiva com o pedestre.

Tais variações na Composição apontam para as possibilidades que configuram o parâmetro evolutivo “Conectividade” (M), que é a capacidade que os elementos do sistema tem de estabelecer relações. Em termos matemáticos, uma relação é qualquer subconjunto de um produto cartesiano. O que estamos denominando “relação” é um emparelhamento sujeito à restrição. Quando pelo menos um elemento emparelhado interfere na história dos elementos envolvidos, chamamos tal processo de ação. A conexão seria então um emparelhamento sujeito à restrição que interfere na história de pelo menos um elemento envolvido (BUNGE 1979, p.6)¹⁹.

Cada um de nossos recortes apresentou internamente relações R características do ambiente

a que estavam submetidos. Destas relações, em cada Sistema analisado emergiram propriedades P que se relacionam e tem implicações na própria área e nos fluxos do ambiente. No caso do “Sistema Sonoro 01” o que escutamos é um frenético anunciar dos produtos e serviços ofertados por diversos sujeitos presentes no mesmo espaço. Sem cessar, cada pregoeiro fala sua frase característica, de maneira acelerada, dando espaço pequeno entre uma fala e outra, não só para poderem respirar, mas para impedirem que seu pregão seja confundido com o de outro pregoeiro. São frases como “Salão, corta é dois, escova é três!”, “Celular, compro vendo e troco o seu aparelho!” e “Avalio Ouro e Prata!”, sempre gritados, mas não com toda potência da voz. Enquanto isso, no “Sistema Sonoro 02”, outras estratégias de anúncio são utilizadas. Os pregoeiros localizam-se uns fora do campo de escuta do outro e gritam a plenos pulmões as frases “Mega-Sena acumulada pra hoje!”, “Acumulou a Mega-Sena pra hoje” e “São x milhões acumulados pra Mega-Sena de hoje”, de maneira cadenciada e com intervalos maiores entre as emissões. Enquanto esta pode ser ouvida a uma distância considerável, de quase 50 metros, aqueles são ouvidos de maneira praticamente instantânea, ao passar por eles. No terceiro caso, o “Sistema Sonoro 03”, caixas de som são utilizadas por alguns locutores que anunciam ao microfone as ofertas válidas para cada loja, sempre acompanhados por um fundo musical de canções animadas que estiveram recentemente ou figuram atualmente nas paradas de sucesso, que com certa frequência são elevadas ao primeiro plano sonoro. A locução das promoções é realizada em voz empostada e cadenciada, resultando em um pregão pastiche da programação radiofônica onde o locutor conversa com o ouvinte. O texto é mais solto, cabendo, inclusive piadas com os potenciais fregueses e pontuações humorísticas para anunciar

19 Conforme afirma Vieira (2000), “matematicamente, uma relação é qualquer subconjunto de um produto cartesiano. Uma relação pura é típica da matemática e da lógica”. Assim, o fora da matemática o que teríamos então, seria a Conexão (relação+ ação). Levando isso em consideração, para fins explanativos é possível utilizar o termos relação ou conexão como sinônimos.



a volta do informe de promoções.

Quando ouvimos e analisamos os pregões, percebemos uma forte integração da sua sonoridade com a do ambiente urbano, identificando padrões de operação que variam de acordo com a quantidade de vendedores e potenciais consumidores no espaço e variáveis do espaço onde estão inseridos, como elementos da sonoridade urbana. A musicologia explica esse fenômeno na música, a partir do conceito de *entrainment*, “que nos permite prever quando a próxima batida vai cair e, assim, sincronizar o nosso comportamento com o do pulso” (MERKER, 2000, p.316). O fenômeno é descrito, portanto, como uma espécie de sincronismo natural entre diferentes fontes sonoras. Enquanto na música, os executantes tendem a perceber o *entrainment* como intimamente ligado ao pulso constante, marcado pelo metrônomo, são encontrados na natureza outros eventos similares, não ligados a uma divisão métrica do tempo, como no caso de vaga-lumes que sincronizam suas emissões de luminescência. Merker sugere que isso também ocorre com os equipamentos técnicos e humanos utilizados na vida diária, sobretudo aqueles ligados ao movimento e sua sensação (MERKER, 2000, p.319). Esse movimento possibilita um aumento coesão (no sentido de força da conexão) na medida em que viabiliza o estabelecimento de Conectividade entre vendedores, potenciais consumidores no espaço e variáveis do Ambiente no qual estão inseridos, tais como demais elementos da sonoridade urbana. Nota-se, como veremos abaixo, uma constante reorganização para encontrar o melhor ajuste com o Ambiente.

No caso do sistema “Ambiente” (o espaço urbano), a Conectividade evidencia o grau de “vida” de uma cidade ou região da cidade e possibilita vislumbrar a sua complexidade através de suas conexões. É possível caracterizar a informação em relação

de conexão como um processo comunicativo. No caso dos sistemas analisados, a maioria das relações com o ambiente que são relevantes para o estabelecimento de alterações nos pregões, são relações comunicativas constituídas ou pelo menos permeadas pela sonoridade, tanto do Ambiente, quanto do próprio sistema.

Os pregoeiros do “Sistema Sonoro 01” utilizam um ritmo mais rápido e enunciações mais repetidas pois localizam-se em regiões com grande volume de pessoas. Estes pedestres estão também de passagem pela via pública. Neste sentido, parecem querer atingir o máximo de passantes possível, e como não há momento de redução no fluxo de pessoas, não cessam o seu pregão. Como a multidão de possíveis consumidores está também de passagem os enunciados se repetem, pois novos pedestres chegam a todo momento e se a informação passada pelos pregoeiros variasse, informando preços e outras vantagens do serviço, a mensagem essencial – a da presença de determinado serviço naquela região – se perderia para a maior parte dos pedestres.

Por outro lado, os pregoeiros do “Sistema Sonoro 02” localizam-se em uma região com circulação menor de pessoas, o que nos faz pensar que necessitem gritar com menos frequência. A intensidade maior dos pregões possibilita que os pedestres escutem os anúncios a partir de uma distância maior. No percurso há tempo para que outras informações sejam introduzidas na mensagem: “o prêmio da mega sena”, “a data do sorteio”. Uma audição mais atenta da gravação permite-nos ainda perceber outra relação para explicar seu ritmo mais lento: a vendedora sempre anuncia o seu produto logo antes ou pouco depois que um veículo mais ruidoso entra ou sai do seu campo auditivo – área coberta por determinado som, dependendo de sua intensidade. Ela entra em sincronia com o trânsito, quase como

se quisesse aproveitar-se dos espaços que surgem entre um veículo e outro. Algumas vezes, ela hesita em atacar um pregão, ao escutar a sirene de uma garagem nas imediações, ou o ruído agudo de um freio de ônibus, o que sinaliza que um novo automóvel entrará no campo de percepção auditiva dos potenciais fregueses. É claro que ela não consegue sempre prever esta interferência do trânsito em seu pregão, já que este não apresenta uma constância, e ela apresenta problemas de deficiência visual. Mas ainda assim é possível escutar uma certa intencionalidade, fato que por outro lado mostra a existência de uma saber a respeito da dinâmica de produção de ruído do centro de Belo Horizonte.

Os pregoeiros do “Sistema Sonoro 03” são amplificados por sistemas de som, já que o Ambiente apresenta o menor fluxo de pessoas e o maior nível de ruído – por isso, para competir com os diversos roncões de motores de ônibus, o anunciante necessita do apoio de uma máquina que amplifica a intensidade de sua voz. O local, no entanto, possui uma infinidade de pontos de ônibus e, portanto, se os pedestres estão presentes em menor quantidade, eles também não estão de passagem, fixando-se no espaço por um período de tempo maior. O resultado disso é que os pregões aí anunciados podem inserir uma variedade maior de informações, como os preços das diversas promoções, bem como estabelecer um diálogo maior com o passante, a fim de, se possível, tirá-lo da espera do ônibus e fazê-lo entrar na loja para consumir. A presença de anunciantes próximos uns dos outros introduz, por um lado, um fator de concorrência e de outro lado, de diálogo entre locutores, produzindo uma diferenciação ainda maior no conteúdo da mensagem, muito embora suas estruturas se mantenham bastante próximas da estrutura da mensagem radiofônica.

Geralmente os processos de emergência decorrem de novas conexões. No caso das cidades

ainda podemos destacar o parâmetro “Integralidade” que é a medida dos subsistemas dentro de um sistema, dito de outra forma. É importante ressaltar que está implícito que os sistemas analisados acabam por se configurar como subsistemas contidos em subsistemas e são decorrentes da própria “Estrutura” da cidade. A Conectividade permite “Estrutura”, que é o parâmetro evolutivo referente à quantidade de conexões que um sistema estabelece no tempo e demonstra a maneira como as partes se conectam para formar o todo.

As diferenças entre as conexões estabelecidas em cada sistema estudado mostram especificidades dos Ambientes nos quais cada pregoeiro está envolvido. Notamos que as diferentes estratégias de anúncio parecem configurar-se de acordo com o Ambiente em que estão inseridos. Dessa forma, os sistemas funcionariam como o que Vieira denomina “ilhas” constituídas como uma forma de organização e por isso marcadas por uma elevada complexidade:

O que ocorre é que subconjuntos de elementos sofrem alta conectividade, formando “ilhas” diversas, e essas então são conectas entre si, tal que, com esse artifício, o número de conexões cai e o sistema não fica coeso demais, no sentido de muito rígido. Isso porque a permanência exige que o sistema seja coeso o suficiente para sobreviver a crises, mas flexível o suficiente para adaptar-se a elas na medida do possível. Ou seja, nem a rigidez total nem a flexibilidade amorfa são desejáveis. (Vieira, 2000).

Ao considerar a complexidade inerente às interações no espaço urbano, podemos resgatar uma característica de sistemas complexos: a emergência de modelos de auto-organização. Se um sistema possui conectividade e origina



estruturas que apresentam o Parâmetro sistêmico Integralidade (VIEIRA, 2000: 18) que é o seu grau de organização, ele é um sistema organizado. Sistemas complexos atingem *organização*, enquanto sistemas mais simples, com graus de complexidade baixos somente atingem o Parâmetro Estrutura e estados de ordem. É importante ressaltar a diferença entre ordem e organização. O que chamamos de “ordem” é uma estrutura congruente com um padrão. Já a organização é uma característica que depende dos subsistemas e de suas conexões, articulados em importâncias relativas²⁰.

O processo de organização dos sistemas estudados envolve necessariamente a adaptação às mudanças no Ambiente. Se partimos do “Sistema Sonoro 01” em direção ao “Sistema Sonoro 03” notamos que a quantidade do ruído de trânsito aumenta e a quantidade de pessoas presentes simultaneamente no espaço diminui; o que por um lado obriga os pregoeiros a empregarem uma maior intensidade (leia-se volume) vocal, de acordo com o nível de ruído e por outro condiciona o ritmo das enunciações, mais acelerada e menos variada, de acordo com o número de passantes. Os sistemas interagem com o meio ambiente, “aprendem” com a experiência (que está ligada ao parâmetro sistêmico “Autonomia” como já afirmamos) e como resultado, se adaptam.

Os sistemas sonoros analisados se configuram como sistemas organizados, nos quais a organização surge espontaneamente no próprio sistema. Os processos de natureza auto-organizativa são responsáveis pelas adaptações a novas condições ambientais. (VIEIRA, 2008). É possível afirmar que os pregoeiros imersos diariamente em temporalidades

assíncronas e ritmos da cidade desenvolvam uma espécie de auto-organização em busca do alinhamento com o som do espaço que ocupavam de forma a maximizar as suas emissões e garantir sua permanência no sistema.

No caso, fica evidente a importância dos Processos de Comunicação que estão na base das interações relacionadas à aquisição, representação e difusão de conhecimentos sobre o ambiente urbano que garantem Autonomia e possibilitam um aumento da capacidade de adaptação ao ambiente. Tal processo promove a sustentabilidade dos agentes em questão.

Se entendemos a cidade como um sistema complexo, podemos afirmar, diante de nossos estudos de caso, que a partir dos elementos aleatórios de ambientes sonoros e maleabilidade dos comportamentos individuais, os pregoeiros desempenham um papel sinalizador da organização, funcionamento e estruturação do espaço e fluxo de habitantes no hipercentro de Belo Horizonte.

Para além de simples marcos que possibilitam identificar uma praça, uma rua ou avenida, os comportamentos adaptativos dos pregoeiros podem ser encarados como indicador dos ritmos dos espaços urbanos, bem como de qual o tipo de circulação de pessoas presente. Esses indicadores permitem perceber que em contraposição aos projetos técnicos que se propõem intervenções para os centros urbanos, o “Hipercentro” não é desabitado, sem vida ou degradado. O que encontramos foi uma área de intensa vitalidade, com inúmeros usos e ocupações, com os moradores, trabalhadores formais e informais e uma grande população de usuários e transeuntes. O centro da cidade, entendido como uma referência por parte da população está configurado como um sistema complexo, aberto, adaptável e dinâmico.

²⁰ Para mais informações sobre esses processos de transição entre os níveis de complexidade, ver: DENBIGH, K. *A Non-conserved Function for organized system*. In: Entropy and information in science and philosophy. KUBAT, L.; ZEMAN, J. (Ed.). Praga: Elsevier Sci. Publ. Co. 1975.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAYLE, F. Ouvir e escutar. In: SCHEPS, Ruth. O império das técnicas. Tradução: Maria Lúcia Pereira. Campinas, SP. Papyrus 1996.
- BUNGE, M. Treatise on Basic Philosophy - Vol. 4: A World of Systems. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company. 1979.
- CAPRA, F. A teia da vida. São Paulo: Cultrix.1996.
- CASTRO, G.A.S. As “sonoridades” da guitarra elétrica: Discussões de conceitos e aplicações. In Anais do 6o encontro de música e mídia: música de/para. São Paulo, 2010.
- FORTUNA, C. Soundscapes: the sounding city and urban social life. In: Oficina do Centro de Estudos Sociais, Junho 2001.
- FRANÇA, V.R.V. L. Quéré: dos modelos da comunicação. Revista Fronteira (UNISINOS), São Leopoldo, v. V, n. 2, p. 37-51, 2003.
- HISSA, C.E.V. Geografia e planejamento: entre o puro e o aplicado. In: Geonomos, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 33-43, 1998.
- HOLLAND, J. Hidden Order: How Adaptation Builds Complexity. New York: Helix Books. 1995.
- JAKOBSON, R. Linguística e Comunicação. São Paulo, Cultrix, 2005
- JOHNSON, S. Emergência: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. R.J: Jorge Zahar Ed., 2003.
- IAZZETTA, F. Música e Mediação Tecnológica. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, 2009.
- LEFEBVRE, H. Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life. New York: Continuum, 2004.
- MERKER, B. Synchronous Chorus and Human Origins. In WALLIN, N. L., B. MERKER & S. BROWN (eds.), 2000. The Origins of Music. Cambridge, MA: MIT Press.
- MORIN, E. Introdução ao pensamento complexo. Lisboa, Piaget, 2003.
- PRIGOGINE, I. Order through Fluctuation: Self-Organization in a Social System. In Evolution and Consciousness: Human Systems. In: Transition. Jantsch, E. and Waddington, C.H. (eds), p.p 93-126. Massachusetts. Addison-Wesley Publ. Co.1976.
- SILVA et al. Dispositivos de Memória e narrativas do espaço urbano: cartografias flutuantes no espaço e no tempo. In E-Compós, Brasília, v.11, n.1, jan/abr. 2008
- VIEIRA, J.A. Organização e Sistemas. In: Informática na Educação - Revista do PPGIE –UFRGS, Porto Alegre, v.3, n.1, p.11-24, 2000.
- _____. Ontologia. Formas de conhecimento: Arte e Ciência, uma visão a partir da Complexidade. Fortaleza: Expressão gráfica e Editora, 2008.
- SEBEOK, T.A. A Sign Is Just a Sign. Bloomington: Indiana University Press.1991.
- UYEMOV, A. Problem of direction of time and the laws of systems development. In: Entropy and Information in Science and Philosophy. Kubat, L. e Zeman, J. (eds.). Praga: Elsevier Publishing. pp. 93-115. 1975.
- Som e complexidade urbana: apontamentos a partir de uma visão sistêmica das sonoridades do comércio popular no Hipercentro de Belo Horizonte.
Juliana O. Rocha Franco
e Pedro Silva Marra

Data do Envio: 30 de março de 2011.

Data do aceite: 25 de maio de 2011.

