

(Orgs.)

Adriana Amaral

Ivan Bomfim

Marcelo Bergamin Conter

Gustavo Daudt Fischer

Michael N. Goddard

Fabricao Silveira

VOLUME 2

Mapeando Cenas da Música Pop

Materialidades, Redes e Arquivos



Marca de Fantasia



Adriana Amaral, Ivan Bomfim, Marcelo Bergamin Conter,
Gustavo Daudt Fischer, Michael N. Goddard e Fabricio Silveira
♦ Organizadores ♦



Marca de Fantasia
Paraíba - 2019

MAPEANDO CENAS DA MÚSICA POP

Materialidade, Redes e Arquivos

Volume II

Adriana Amaral, Ivan Bomfim, Marcelo Bergamin Conter,
Gustavo Daudt Fischer, Michael N. Goddard, Fabricio Silveira (Orgs.)

2019 - Série Veredas, 41



MARCA DE FANTASIA

Rua Maria Elizabeth, 87/407
João Pessoa, PB. 58045-180
marcadedefantasia@gmail.com
www.marcadedefantasia.com



grupocultpop@gmail.com



Universidade do Vale do Rio dos Sinos | University of Salford |
University of Westminster | CAPES | Cultpop | TCAV
[http:// www.poamusicscenes.com.br](http://www.poamusicscenes.com.br)

A editora Marca de Fantasia é uma atividade
da Associação Marca de Fantasia e do NAMID - Núcleo de Artes e Mídias Digitais do
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB

Diretor/Editor/Design: Henrique Magalhães

Conselho Editorial

Adriana Amaral - Unisinos/RS; Adriano de León - UFPB; Alberto Pessoa - UFPB;
Edgar Franco - UFG; Edgard Guimarães - ITA/SP; Gazy Andraus, Pós-doutoramento na
FAV-UFG; Heraldo Aparecido Silva - UFPI; José Domingos - UEPB; Marcelo Bolshaw -
UFRN; Marcos Nicolau - UFPB; Marina Magalhães - Universidade Losófono do Porto;
Nilton Milanez - UESB; Paulo Ramos - UNIFESP; Roberto Elísio dos Santos - USCS/SP;
Waldomiro Vergueiro, USP; Wellington Pereira, UFPB

Capa: Tarciso Salvador

Fotografia das Capas Volume I e II: Caroline Govari Nunes

Revisão: Adriana Amaral, Ivan Bomfim e Marcelo Bergamin Conter

Imagens usadas exclusivamente para estudo de acordo com o artigo 46 da lei 9610, sendo
garantida a propriedade das mesmas a seus criadores ou detentores de direitos autorais.

ISBN 978-85-67732-98-5




Materialidades, Redes e Arquivos

Volume II

Sumário

Sobre os autores	6
Agradecimentos	11
Apresentação	12
Adriana Amaral, Ivan Bomfim, Marcelo Bergamin Conter, Gustavo Daudt Fischer, Michael N. Goddard, Fabricio Silveira	
“O dia em que Beyoncé se tornou negra”: notas para análise do videoclipe “pós MTV” Simone Pereira de Sá	17
A Nova tropicália de Metá Metá: uma desterritorialização da internet algorítmica Mario Arruda	48
Mapeamento, Cenas Digitais, Intersemiótica: o caso Avalanches Cássio de Borba Lucas	66
Práticas composicionais, micro cenas e o retorno do passado tecnocultural na música eletrônica gaúcha Marcelo Bergamin Conter e Paola Sartori	91



Back to black: o que há de novo nas velhas prensas José Cláudio Siqueira Castanheira	114
“But Don ´ t Forget The Songs That Saved Your Life”: The Smiths, You Tube e a febre do arquivo no pop contemporâneo Thiago Pereira Alberto	145
Que linha liga o teu coração ao meu? - Arqueologia da mídia e o “Acústico-Sucateiro” da Apanhador Só Belisa Zoehler Giorgis	167
Experiências estéticas e materialidades em duas apresentações ao vivo da banda Cachorro Grande Caroline Govari Nunes	189
Psicogeografia, Cenas de Música Popular e Métodos de Mapeamento Móvel: Experimentos Pedagógicos Transdisciplinares no Mapeamento de Cenas Urbanas na Cidade Baixa, 2014-2015 Michael N. Goddard	212

Sobre os autores

Adriana Amaral é professora do PPG em Comunicação da Unisinos (Universidade do Vale do Rio dos Sinos) e pesquisadora do CNPq (Bolsista PQ Nível 2). Realizou Estágio Sênior de Pós-Doutorado (CAPES) em Mídia, Cultura e Comunicação na University of Surrey no Reino Unido (2015-2016). É doutora em Comunicação Social pela PUCRS com Estágio de Doutorado pelo CNPq em Sociologia da Comunicação no Boston College, Estados Unidos. É líder do Grupo de Pesquisa Cultpop – Comunicação, Tecnologias e Cultura Pop e atualmente coordena o GT Estudos de Som e Música. Foi professora visitante na Universität Duisburg-Essen na Alemanha (2016) e na University of Salford (2013 e 2014). Foi coordenadora-técnica do projeto POA Music Scenes.

Belisa Zoehler Giorgis é mestre em Processos e Manifestações Culturais na linha de pesquisa Linguagens e Processos Comunicacionais pela Universidade FEEVALE (Novo Hamburgo), especialista em Cultura Digital e Redes Sociais (UNISINOS) e graduada em Comunicação Social - Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, pela mesma instituição.

Caroline Govari Nunes é doutoranda (Bolsa CAPES) e mestre em Ciências da Comunicação pelo PPG da UNISINOS, onde integra o grupo de pesquisa CULTPOP. Atualmente encontra-se em Estágio de Doutorado (PDSE/CAPES) na McGill University sob supervisão do professor Will Straw. Realizou missão discente através do PROCAD/CAPES na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em 2017, onde participou das atividades do L.A.M.A – Laboratório de Análise de Música e Audiovisual. Formada em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com

intercâmbio acadêmico na Universidade do Algarve (UAlg), ela também atua na cobertura de shows no The Backstage Blog (<http://www.thebackstageblog.wordpress.com>).

Cássio de Borba Lucas é doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS, mestre em Comunicação e Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS e graduado em Jornalismo pela UFRGS. É integrante do Grupo de Pesquisa Semiótica e Culturas da Comunicação (GPESC) desde 2010 e do Grupo de Estudos Imagens Sonoridades e Tecnologias (GEIST) desde 2017. Realizou pesquisas acerca do audiovisual de orquestra e da música sampleada, a partir de uma perspectiva comunicacional e intersemiótica, atualmente investigando a escuta musical como fenômeno de comunicação.

Fabricio Silveira é doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos com pós-doutorado (estágio sênior Capes) pela University of Salford (Reino Unido) e mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS. Autor dos livros *Rupturas Instáveis. Entrar e sair da música pop* (Libretos, 2013) e *Guerra Sensorial. Música pop e cultura underground em Manchester* (Modelo de Nuvem, 2016). Professor e pesquisador junto ao PPGCCom da Unisinos.

Gustavo Daudt Fischer é doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Unisinos, graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela UFRGS. Professor e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. É um dos líderes do grupo de pesquisa *Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design* e vice-coordenador do GP Estudos de Televisão e Televisualidades do Intercom.

Ivan Bomfim é professor adjunto do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e integrante do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da instituição. Realizou estágio de pós-doutorado em Ciências da Comunicação na Unisinos e em Processos Jornalísticos na UEPG. Possui Mestrado e Doutorado em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), com estágio de doutorado-sanduíche na Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). É graduado em História pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e Comunicação Social/Jornalismo pelo UNI-BH.

José Claudio Siqueira Castanheira é doutor em comunicação pela Universidade Federal Fluminense, com estágio doutoral na McGill University - Canadá. É professor do curso de Cinema da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e líder do grupo de pesquisa GEIST/UFSC (Grupo de Estudos em Imagens, Sons e Tecnologias) - CNPq. Pesquisador nas áreas de cultura digital, música, estudos do som e cinema. É um dos colaboradores no livro *Reverberations: The Philosophy, Aesthetics and Politics of Noise* (2012), editado por M. Goddard, B. Halligan e P. Hegarty, no livro *Small Cinemas in Global Markets: Genres, Identities, Narratives* (2015), editado por L. Giukin, J. Falkowska e D. Nasser e no livro *Music/Video: Histories, Aesthetics, Media*, editado por G. Arnold, D. Cookney, K. Fairclough e M. Goddard (2017). É membro do Comitê Internacional da Small Cinemas Conference.

Marcelo Bergamin Conter é doutor e mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), com estágio de doutorado sanduíche pela Columbia University, Nova Iorque, e pós-doutorado (PDJ-CAPES) em Ciências da Comunicação pela Unisinos. Autor dos livros *Imagem-música em vídeos para web* (Kazuá, 2013) e *LO-FI – Música pop em baixa definição* (Appris, 2016). Professor do IFRS (Instituto Federal do Rio Grande do Sul).

Mário Arruda é mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela mesma instituição. Integra o Núcleo de Pesquisa em Semiótica Crítica e o GPESC. Músico e artista visual. Pesquisa tecnologia, arte e movimentos estéticos tendo em vista suas possibilidades de criação de redes de comunicação.

Michael N. Goddard atualmente é professor e pesquisador no Pós-Graduação em Práticas Criativas e Teorias da Arte da Escola de Mídias, Artes e Design da University of Westminster em Londres. Durante o projeto POAMS, foi diretor e professor da Escola de Artes e Mídia da University of Salford, Manchester. Ele foi professor visitante em diversos países como Polônia, Austrália e França e é autor de diversas publicações na área de música, cinema e estudos de mídia.

Paola Sartori é mestranda em Comunicação pela UFF (Universidade Federal Fluminense), mas durante o tempo do projeto POAMS foi bolsista de Iniciação Científica pela UNIBIC/UNISINOS (2014-2015), pelo PROCAD-CAPES (2015-2016) e pelo CNPq (2017), tendo realizado missão discente no curso de Estudos de Mídia da UFF (através do PROCAD/CAPES). Integrante do grupo de pesquisa CULTPOP (UNISINOS) e do grupo MIDICOM (UFF). É bacharel em Jornalismo pela UNISINOS e atuou no mercado de Produção Musical de Porto Alegre.

Simone Pereira de Sá é professora Titular da UFF, Universidade Federal fluminense, no curso de Estudos de Mídia e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, onde coordena o LabCult - Laboratório de Pesquisa em Culturas Urbanas e Tecnologias. Foi professora visitante no Departamento de Música do Kings College, London, U.K. (bolsa CAPES estágio sênior, 2015/2016) e na McGill University, Montreal (bolsa CAPES 2008), Canadá. Tem experiência na área de Comunicação, Cultura e Tecnologias, com ênfase em pesquisas e publicações na subárea de som, música e entre-

tenimento na cibercultura. É pesquisadora do CNPq (bolsa produtividade PQ1), desenvolvendo no momento o projeto: Estratégias de visibilidade da música pop-periférica do Brasil contemporâneo: entre o local, o transnacional e periférico.

Thiago Pereira Alberto atualmente realizando doutorado sanduíche na Universidade do Porto, Portugal, com supervisão da Prof. Dra Paula Guerra, é doutorando em Estéticas e Tecnologias da Comunicação pela Universidade Federal Fluminense e mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), instituição na qual se graduou em Comunicação e Artes com habilitação em Jornalismo. Integra o grupo de pesquisa LabCult (Laboratório de Pesquisa em Cultura e Tecnologias da Comunicação). Pesquisa música, cultura pop, cinema e jornalismo. Jornalista, atuou como professor assistente de graduação e especialização em instituições como PUC-MG e Promove.

Agradecimentos

Os organizadores gostariam de agradecer a todos produtores musicais, músicos, DJs, jornalistas, fãs que gentilmente participaram das mais variadas etapas e atividades da pesquisa seja em Manchester ou em Porto Alegre (Conversas Informais, Grupos Focais, Entrevistas, Participação no Simpósio, Host do Bus Tour e muito mais). A lista de nomes é extensa e correríamos o risco de esquecer alguém, então optamos por agradecer a esse coletivo de pessoas dedicadas à música em suas mais variadas formas e que estiveram conosco ao longo desses anos.

Também é importante agradecermos a algumas instituições: à CAPES sem a qual esse projeto não seria realizado dado o aporte; ao PPG de Comunicação da UNISINOS através da ex-coordenadora Suzana Kilpp; à University of Salford e à Rede de Pesquisa em Comunicação e Música composta por colegas dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação das seguintes universidades: UFRJ, UERJ, UFPE e UNISINOS; à editora Marca de Fantasia através do editor e colega Henrique Magalhães por toda a disponibilidade para a produção desse e-book.

Por fim, gostaríamos de agradecer aos colegas, amigos e familiares que acompanharam de perto todas as etapas, alegrias e dificuldades que um projeto desse vulto tem, sobretudo dada a complexa situação do Brasil.

Apresentação

Adriana Amaral, Ivan Bomfim,
Marcelo Bergamin Conter, Gustavo Daudt Fischer,
Michael N. Goddard e Fabricio Silveira

O presente volume do e-book *Mapeando cenas da música pop* traz a continuidade dos debates apresentados ao longo do projeto POA Music Scenes (2014-2017)¹ e do *Simpósio Mapeando Cenas da Música Pop* realizado em Agosto de 2016 na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)². Se na coletânea anterior o enfoque eram as discussões acerca das mediações das cenas musicais e as cidades em suas articulações com a memória e com as indústrias criativas, neste segundo volume o debate avança na direção da relação entre as cenas musicais e artistas com as materialidades da comunicação, as redes sejam elas sociais ou sócio-técnicas e as noções de arquivo.

Os primeiros quatro capítulos analisam fenômenos da cultura musical da web, mas, ainda que os autores partam de objetos específicos, interessa mais destrinchar seus desdobramentos de sentido e significação efetuados pelas repercussões geradas pela rede sociotécnica.

1. Projeto CAPES CSF- PVE Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes, Processo 88881.030393/2013-01.

2. Os vídeos das apresentações do Simpósio encontram-se disponíveis no canal do projeto POA Music Scenes, disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCZU2lh6rpJssfqu7Y7rmkYw/videos>

Em *O dia em que Beyoncé se tornou negra: notas para análise do videoclipe “pós MTV”*, Simone Pereira de Sá observa a potência política do clipe *Formation* de Beyoncé, mobilizada pela sua inserção em redes sociotécnicas. Para a autora, não é mais possível compreender as repercussões geradas por videocliques observando-os como produtos autônomos. As críticas e comentários, paródias, remixes e demais conteúdos decorrentes do lançamento de um clipe, produzidos por fãs, programas humorísticos de televisão, artistas anônimos etc., também devem ser considerados na equação.

Interessado em diagramar processos da produção musical independente brasileira do que vem sendo chamado de Nova Tropicália, Mario Arruda contribui para o volume com o texto *A Nova tropicália de Metá Metá: uma desterritorialização da internet algorítmica*. Aqui o algoritmo aparece como uma subjetividade maquínica capaz de gerar novos mundos possíveis – no caso particular do Metá Metá, a mistura de gêneros musicais que geralmente não dialogam entre si efetua um rompimento das bolhas algorítmicas, potencializando a capacidade do grupo transitar entre bolhas de conteúdo digital.

Também voltando-se para desdobramentos sócio-técnicos de uma obra específica, em *Mapeamento, Cenas Digitais, Intersemiótica: o caso Avalanches* Cássio Borba de Lucas utiliza-se da semiótica de Kristeva e Hjelmlev para observar as ações dos fãs do conjunto musical Avalanches, que criaram uma rede online cujo esforço central é o de reconhecer todos os inúmeros samples que foram utilizados no primeiro disco do grupo, *Since I Left You*.

Em seguida, Marcelo Bergamin Conter e Paola Sartori observam um grupo de compositores gaúchos que não dialogam com nenhum

elemento tradicional de sua região: são produtores amadores de música eletrônica, transitando entre subgêneros que surgiram na web a partir de 2011. *Práticas composicionais, micro cenas e o retorno do passado tecnocultural na música eletrônica gaúcha* reconhece os modos particulares através dos quais os artistas ressignificam o passado midiático; as reconfigurações políticas, estéticas, culturais e de linguagem que estão definindo as tendências da música eletrônica contemporânea gaúcha; uma (micro) cena local de arqueologia da música na música eletrônica; e como os artistas relacionam as memórias transnacionais com suas memórias locais.

Mudando o foco dos processos de produção de sentido na web para adaptações do mercado da música, *Back to black: o que há de novo nas velhas prensas*, de José Cláudio Castanheira observa as reinaugurações de fábricas de vinil no Brasil, marcadas ora pelo reaproveitamento de sucatas das velhas fábricas e pelo acompanhamento do crescimento de um nicho de mercado, ora pelas novas estratégias de produção *mainstream* e pela apropriação por esta desse mesmo nicho de mercado.

As indagações dos próximos três textos do presente volume partem de bandas específicas como estudos de caso, respectivamente The Smiths, Apanhador Só e Cachorro Grande. Thiago Pereira Alberto mergulha no arquivo online dos poucos registros visuais oficiais do quarteto de Manchester em *But Don't Forget The Songs That Saved Your Life: The Smiths, You Tube e a febre do arquivo no pop contemporâneo*, pretendendo tensionar a ideia de que o YouTube é um espaço heterotópico, encerrando em um só espaço todos

os tempos, épocas e gostos, atuando como um grande repositório da experiência subjetiva da contemporaneidade.

De volta aos artistas brasileiros³, Belisa Zoehler Giorgis, em *Que linha liga o teu coração ao meu? - Arqueologia da mídia e o “Acústico-Sucateiro” da Apanhador Só* observa um álbum lançado pela banda gaúcha Apanhador Só, cuja captação, produção, projeto gráfico e recepção são permeados por tecnologias obsoletas (como a fita cassete), escambo, sucata e diversos outros objetos que mobilizam uma experiência estética recheada de nostalgia e desencadeada por uma arqueologia pragmática das mídias.

Em *Experiências estéticas e materialidades em duas apresentações ao vivo da banda Cachorro Grande*, Caroline Govari Nunes problematiza duas apresentações ao vivo da supracitada banda gaúcha de rock. A partir da biografia do conjunto, a autora parte para um trabalho de cunho etnográfico sobre a arqueologia do rock gaúcho, apresentando possíveis aderências da Cachorro Grande ao termo e em seguida observando-a diante de questões relativas às indústrias criativas, cenas musicais e enfrentamentos identitários nos quais o conjunto se move.

No último capítulo do presente volume, intitulado *Psicogeografia, Cenas de Música Popular e Métodos de Mapeamento Móvel: Experimentos Pedagógicos Transdisciplinares no Mapeamento de Cenas Urbanas na Cidade Baixa, 2014-2015*, Michael N. Goddard traz observações a partir do seu contato empírico com as cenas mu-

3. Curiosamente, essa conexão entre culturas anglófonas e brasileiras proposta pelo projeto POA Music Scenes aparece na totalidade de trabalhos apresentados no simpósio, inclusive por autores que não integraram o projeto.

sicais de Porto Alegre. Goddard tem por base as experiências que seus alunos de mestrado e doutorado tiveram ao aplicar diferentes metodologias para observar as dinâmicas de cenas urbanas da Cidade Baixa, bairro boêmio da cidade de Porto Alegre entre 2014 e 2015. Tais processos cartográficos visaram mapear tanto a distribuição espacial de diferentes cenas musicais no interior da cidade e as formas como a música popular funciona como um arquivo da memória cultural.

O conjunto dos dezenove artigos - dez no primeiro volume e nove neste segundo - procurou dar conta das articulações entre os eixos temáticos, problemas e resultados do projeto de pesquisa *POA Music Scenes* tanto entre seus colaboradores quanto nos pesquisadores que participaram do simpósio em 2016. A partir desse diálogo pudemos observar a efervescência das questões relacionadas às cenas musicais, cidades e indústrias criativas e bem como alguns frutos das conexões entre Brasil e Inglaterra.

“O dia em que Beyoncé se tornou negra”: notas para análise do videoclipe “pós MTV”¹

Simone Pereira de Sá

Uma mulher assiste à televisão, se apavora com o que vê na tela e, descabelada, chama o marido. “O que é? O que há de errado?” pergunta ele. Ao que ela responde: “Eu acho que a Beyoncé... é negra”.

O diálogo acima acontece numa das primeiras cenas do vídeo de humor *The day Beyoncé turned black*², produzido pelo programa americano Saturday Night Live (SNL) e veiculado no dia 13 de fevereiro de 2016. Em tom de sátira, a curta narrativa do vídeo parodia o trailer de um filme de catástrofe e aborda a reação de parte dos norte-americanos “brancos” à performance de Beyoncé no Super Bowl 50 na semana anterior. “Pessoal, eu não entendo essa nova música” diz uma garota na cena seguinte do vídeo do SNL. Talvez essa música não seja para nós” retruca um garoto. “Mas, geralmente, tudo é” – responde a primeira³.

1. O trabalho é fruto do projeto de pesquisa em andamento financiada pelo CNPq (bolsa de produtividade PQ) e CAPES (bolsa estágio sênior no King’s College, U.K., 2015/2016).

2. *O dia em que Beyoncé se tornou negra*.

3. Fonte: <<https://www.youtube.com/watch?v=WoZ5ixVbOhY>>. Acesso em 20/12/2016.

O vídeo vem somar-se a outras incontáveis expressões que repercutiram, debateram e disputaram sentidos em torno do show da cantora no intervalo do jogo decisivo do campeonato de futebol americano de 2016 – o Super Bowl 50 – que constituiu-se como o maior espetáculo televisual dos EUA em termos de audiência⁴.

Escalada como uma das atrações, ao lado da banda Coldplay e de Bruno Mars, a cantora apresenta a canção Formation, que antecipou o seu álbum Lemonade. A performance aconteceu no dia 7 de fevereiro, dia seguinte ao lançamento do videoclipe da canção, que aborda questões de preconceito racial, violência policial e descaso político contra afro-descendentes nos E.U.A, tais como as vítimas do furacão Katrina que assolou Nova Orlães e outras cidades do sul do país em 2005, causando estragos e prejuízos que levaram anos para serem recuperados. E, reforçando a mensagem política da música, Beyoncé e suas dançarinas apresentaram-se com figurinos que faziam alusão ao grupo de ativistas negros americanos Black Panthers. A reação do público foi imediata levantando intensos debates sobre raça, gênero sexual e preconceito que tiveram como alvo central a performance audiovisual de Beyoncé.

O debate ultrapassou em muito as disputas entre fãs e *haters* da cantora, mobilizando expressivas parcelas da sociedade americana e internacional, que discutiu o assunto por semanas e mobilizou as redes sociais. E ganhou ainda mais fôlego a partir do lançamento do seu álbum Lemonade, que aborda espinhosas questões ligadas à

4. Fonte: <https://en.wikipedia.org/wiki/Super_Bowl>. Acesso em 10/01/2017.

mesma temática de gênero, etnia e identidade assim como em sua turnê mundial *The Formation World Tour*.

O exemplo aponta para algumas questões relevantes das pesquisas que temos desenvolvido no LabCult/UFF: primeiramente sobre a potência política do pop e da performance de gosto dos fãs (e *hatters*) enquanto formas de ativismo nas redes sociais; em segundo, sobre o lugar privilegiado das controvérsias – entendidas segundo a concepção da Teoria Ator-Rede (TAR) – em torno de *acontecimentos de visibilidade extrema* da cultura pop para pautar os debates políticos da atualidade; e em terceiro, sobre a materialidade do ambiente comunicativo das redes sociais e sua gramática, através do modo afetivo, na qual o humor tem um lugar especial, mesmo quando o tema é “sério”.

Dando continuidade a essas reflexões, minha questão principal gira em torno da premissa de que não é possível pensar na potência política de *Formation* – uma música que foi divulgada primeiramente como um videoclipe e que se espalhou para as redes sociais a partir de um conjunto de outros atores – sem propor um novo modelo para a análise dos videoclipes musicais, considerando a sua inserção em redes sociotécnicas, ao invés de abordá-los como produtos autônomos.

Assim, meu objetivo é o de avançar na discussão, propondo em caráter exploratório, alguns caminhos metodológicos para análise do videoclipe musical, para além da análise de cunho culturalista, que privilegia o conteúdo e a ideologia veiculada por essas peças audiovisuais. Busco, portanto, contribuir para a construção de um modelo de análise do videoclipe a partir da perspectiva dos laços

sociais, oriunda da TAR, em diálogo com o modelo de análise de gêneros musicais proposto por Janotti Jr (2003).

Para tanto, o trabalho organiza-se em duas partes: na primeira apresento o videoclipe *Formation* e descrevo alguns outros atores da rede que o enreda – tais como o álbum *Lemonade*, o show do intervalo do Super Bowl e alguns exemplos de conteúdo gerado pelos usuários das redes sociais, que repercutiram o episódio. E na segunda, encaminho sugestões para a análise desse vídeo, discutindo, respectivamente, a ideia de controvérsia; e a nova ontologia dos videoclipes “pós MTV” tanto quanto seu ambiente comunicacional, para finalmente, sugerir um roteiro metodológico para análise do videoclipe enquanto produto dessa nova ecologia midiática.

Trata-se, portanto, de um trabalho exploratório, que toma o exemplo do videoclipe *Formation* como ponto de partida para o conjunto de reflexões aqui encaminhadas, mas não esgota a sua análise, visando seu desdobramento em futuros trabalhos.

1) *Lemonade*: “Me serviram limões mas eu fiz uma limonada”

A rainha não apenas fez o álbum do ano (e não se engane; David Bowie teria sido o primeiro a confirmar isso) como entregou um conjunto confessional, de gênero devorador, maior que a vida e ao mesmo tempo profundamente íntimo, por se apresentar como o seu retrato de uma nação em chamas. Ela lançou *Lemonade* como uma surpresa de sábado à noite, depois de seu especial na HBO, se movendo entre cada uma das cordas da música Americana, do country (“Daddy Lessons”) ao blues-metal (“Don’t Hurt Yourself”) ao post-punk-Vegas-

-dancehall (“Hold Up”) ao hip-hop feminista arrasa-quarteirão (“Sorry”).⁵

É assim que a revista *Rolling Stone* justifica a escolha de *Lemonade* como o “álbum do ano” de 2016 na eleição dos críticos musicais da publicação, deixando o aclamado *Blackstar*, de David Bowie, em segundo lugar na disputa⁶. A *Rolling Stone* não está sozinha. Ao final de 2016, o álbum *Lemonade* e a canção *Formation* – assim como seu videoclipe – encabeçam as principais listas de “melhores do ano” da mídia especializada internacional⁷.

5. Tradução livre. No original: The queen not only made the album of the year (and make no mistake, David Bowie would have been the first to say so), she delivered a confessional, genre-devouring suite that feels larger than life yet still heartbreakingly intimate, because it doubles as her portrait of a nation in flames. She dropped *Lemonade* as a Saturday-night surprise after her HBO special, moving in on every strain of American music from country (“Daddy Lessons”) to blues-metal (“Don’t Hurt Yourself”) to post-punk-gone-Vegas dancehall (“Hold Up”) to feminist hip-hop windshield-smashing (“Sorry”).

6. Fonte: <<http://www.rollingstone.com/music/lists/50-best-albums-of-2016-w451265/beyonc-lemonade-w451266>>. Acesso em 20/12/2016.

7. Além da *Rolling Stone*, *Lemonade* foi indicada como melhor álbum pelas seguintes publicações especializadas: *Billboard*, *Entertainment Weekly*, *The Guardian*, *Digital Spy*, *The Independent*, *The Associated Press*, *The New York Times* (Jon Pareles), *Los Angeles Times* (Mikael Wood), *Pop Matters*, *Pretty Much Amazing*, *Idolator*, *Stereogum*, *Complex*, *Consequence of Sound*, *Wired* e *US Weekly*, aparecendo também nas primeiras posições em outras importantes revistas. Beyoncé ganhou ainda 8 dos 11 prêmios aos quais concorria no Video Music Awards 2016, premiação da MTV norte-americana. A cantora levou para casa seis prêmios por *Formation* (Melhor Edição, Direção, Cinematografia, Coreografia, Vídeo do Ano, Melhor Vídeo Pop), um por *Hold Up* (Melhor Vídeo Feminino) e Melhor Longa-metragem, por *Lemonade*. E está indicada para o próximo Grammy em várias categorias. Ver detalhes completos em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Lemonade_\(Beyonc%C3%A9_album\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Lemonade_(Beyonc%C3%A9_album))>. Acesso em 10/01/2017.

Lemonade é o sexto álbum de estúdio de Beyoncé; e foi lançado no dia 23 de abril de 2016, em concomitância com a turnê *The Formation World*, iniciada logo em seguida. Classificado como um álbum de R&B (*rhythm and blues*), ele contudo dialoga com um conjunto de gêneros musicais mais amplos tais como reggae, rock, blues, hip hop, soul, funk, country, gospel e sub-gêneros da música eletrônica. Além disso, amplia seu alcance entre diferentes segmentos da cultura musical através da utilização de um conjunto de *samples* de canções emblemáticas da história do rock e do hip hop; e uma constelação de convidados, tais como o cantor, compositor e produtor inglês James Blake, o rapper americano Kendrick Lamar, o guitarrista Jack White, o cantor, compositor e produtor canadense The Weeknd e o produtor Diplo.

Seu lançamento foi acompanhado de um filme de 60 minutos veiculado na rede HBO, dividido em capítulos⁸ que reforçam a concepção do projeto enquanto um álbum “conceitual”, que narra a jornada da cantora em busca das raízes, através do diálogo com seus ancestrais, sua história pessoal como filha de um casal de pai afro-descendente e mãe *creole* da Lousiana; sua relação com a fama e com o marido também músico, o não menos famoso rapper Jay-Z, além do acerto de contas com paparazzi e *haters* que disseminam fofocas sobre sua vida privada.

O álbum tem seu título inspirado pela sabedoria popular das avós de Beyoncé e de Jay-Z. Essa última, *Hattie White*, pode ser ouvida através de um *sample* de sua voz, aos 90 anos, na música *Freedom*

8. São 11 capítulos: *Intuition, Denial, Anger, Apathy, Emptiness, Accountability, Reformation, Forgiveness, Resurrection, Hope e Redemption.*

afirmando: “Eu tive meus altos e baixos, mas sempre encontrei a força interior para me empurrar para cima. Me serviram limões mas fiz limonada”⁹, enfatizando a agri-doce lembrança da vida das mulheres nos estados do sul norte-americano.

Trata-se, assim, de um projeto complexo, ambicioso e que dialoga muito estreitamente com a história da música pop americana dos últimos 50 anos, passando por tributos a Michael Jackson e à tradição pop da *black music* norte-americana, sobretudo o da gravadora Motown.

1.1. Formation

A música *Formation* antecipou o lançamento do álbum, sendo distribuída para download gratuito no dia 6 de fevereiro de 2016 pela própria produtora da cantora, Parkwood Entertainment, através do serviço de streaming Tidal. No mesmo dia, a cantora disponibilizou também em seu canal no YouTube o videoclipe da canção, dirigido por Melina Matsoukas, diretora de vídeos experiente, que tem no curriculum, além de Beyoncé, colaborações com outras estrelas pop¹⁰. O videoclipe de quase cinco minutos tem início com uma cena impactante – Beyoncé canta em cima de um carro da polícia, parcialmente afundado nas águas, num cenário devastado pelas enchentes,

9. Tradução livre. No original: *I had my ups and downs but I always find the inner strength to pull myself up. I was served lemons but I made lemonade*. Fonte: <<https://www.popsugar.com.au/celebrity/Beyonce-Lemonade-Album-Meaning-41051485>>. Acesso em 10/01/2017.

10. Fonte: <<http://pitchfork.com/thepitch/1247-7-videos-by-melina-matsoukas-that-led-her-to-the-2016-mtv-vmas/>>. Acesso em 20/12/2016.

que ao final do clipe submerge, levando junto a cantora. A alusão a Nova Orleães é clara – seja no cenário, seja nos versos que abrem a canção: “O que aconteceu a Nova Orleães? Vadia, estou de volta por demanda popular”¹¹.

Mas, se os primeiros versos aludem diretamente aos acontecimentos devastadores de Nova Orleães durante a passagem do furacão Katrina, a letra – assinada por Beyoncé em parceria com Khalif Brown, Jordan Frost, Ashton Hogan e Michael Len Williams II – é muito mais complexa, ao abordar questões do universo feminino de maneira autobiográfica.

Assim, seja a fama e o consumo (“Paparazzi, fotografem meu estilo e minha atitude/Sou tão imprudente/quando balanço meu vestido Givenchy”¹²); seja a origem (“Meu pai, Alabama, mamãe, Louisiana/Misture aquele negro com aquela creole/ e faz uma caipira texana”¹³) e as raízes afro-americanas de sua família, em cena que conta com a participação da filha Blue Ivy (“Eu gosto de minha pequena herdeira com seus cabelos afro/Eu gosto de meu nariz de negro com narinas Jackson Five”¹⁴); seja a relação com Jay-Z (Sou tão possessiva que balanço os seus colares Roc” – referindo-se ao nome da empresa de entretenimento (Roc Nation) do marido Jay-Z “Eu sou tão possessiva

11. Tradução livre. No original: “*What happened at the New Orleans? Bitch, I’m back by popular demand*”.

12. Tradução livre. “Paparazzi, catch my fly and my cocky fresh/ I’m so reckless/ When I rock my Givenchy dress”.

13. Tradução livre. No original: “My daddy Alabama, Momma Louisiana/ you mix that negro with that creole / make a Texas bama”.

14. Tradução livre. No original: “I like my baby heir with baby hair and afros/ I like my negro nose with Jackson Five nostrils”.

que eu agito seus colares Roc”¹⁵) – Beyoncé dispara petardos em várias direções, atingindo a mídia, a cultura de celebridades, o racismo e a violência policial. Tudo isso embalado por uma sonoridade pop, com swingue do R&B e pitadas de hip hop, acentuado sobretudo no canto falado de abertura da canção tanto quanto nas gírias e expressões da cultura de rua dos negros norte-americanos. Outros elementos, tais como cenas gravadas nas fazendas coloniais do sul dos E.U.A, onde a cantora assume, em tom de ironia, o lugar da “sinhazinha” da Casa Grande; a voz da youtuber Messy Mya – transgênero negra morta em 2010 em Nova Orleães em circunstâncias não esclarecidas, junto à frase grafitada num muro: “parem de atirar em nós”¹⁶; ou ainda as referências ao taxista negro assassinado por policiais em Los Angeles em 1991, que teve a morte registrada por vídeo amador, confirmam a vocação da canção para o debate.

Ao mesmo tempo elementos tais como o glamour, beleza e *sex-appeal* da cantora, realçados por figurinos no qual sobressaem peças de grifes de luxo Gucci e Chanel¹⁷; assim como as estratégias de venda de produtos relacionados ao videoclipe, confirmam Beyoncé como uma das divas pop da atualidade e *Formation* como um produto mercadológico, produzido pela indústria do entretenimento visando, obviamente, ao lucro; ao mesmo tempo que uma obra de arte densa e complexa, que pauta o debate em torno de questões centrais

15. Tradução livre. No original; “I’m so possessive that I rock his Roc necklaces”.

16. Tradução livre. No original: “stop shooting us”.

17. <http://elle.abril.com.br/moda/10-coisas-que-voce-precisa-saber-sobre-formation-novo-video-da-beyonce/> Acesso em 10/12/2016.

da contemporaneidade tais como a história da escravidão; o feminismo negro e a violência policial no contexto americano.

1.2. A performance de Beyoncé no Super Bowl 50

O tradicional show de 15 minutos durante o intervalo do Super Bowl – o jogo final da Liga Nacional de Futebol Americano (NFL – National Football League) – aconteceu no dia 7 de fevereiro de 2016 no Levi's Stadium em Santa Clara, Califórnia. O cenário do show é de um espetáculo de entretenimento de grandes proporções, cuja principal atração, evidentemente, é o evento esportivo. Contudo, a expressiva audiência do esporte transformou o show do intervalo num acontecimento de enorme interesse midiático, pelo qual têm passado, desde os anos 1990, grandes nomes da música pop, tais como Michael, Jackson, Rolling Stones, Paul McCartney, Diana Ross, Britney Spears e U2, dentre outros¹⁸.

No show de 2016 a banda Coldplay foi a atração principal, tendo por convidados Bruno Mars e Beyoncé, cujo tempo total de performance não ultrapassou 5 minutos. Tempo mais suficiente, porém, para dar início à controvérsia já mencionada. Primeiramente pela mudança de tom na visualidade do colorido espetáculo conduzido pelo vocalista do Coldplay, na medida em que ambos os convidados – Bruno Mars e Beyoncé – vestiam preto da cabeça aos pés. E se o

18. Informações sobre a história do show do intervalo do Super Bowl e a lista completa dos artistas que já passaram por seu palco podem ser encontradas em: <https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Super_Bowl_halftime_shows>. E, especificamente sobre o show do intervalo do Super Bowl 50, em 2016, em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Super_Bowl_50_halftime_show>. Acesso em 10/01/2017.

figurino de Mars e seus dançarinos era mais claramente inspirado em Michael Jackson, as referências de Beyoncé e sua trupe mesclavam alusões a Michael Jackson com outras que remetiam ao visual das mulheres do movimento Black Panthers – com boinas, cabelos afro, couro – somando-se a uma coreografia que ora reproduzia o punho fechado do movimento, ora formava um X, em referência ao líder negro Malcom X, ora provocava Bruno Mars e seus dançarinos de maneira agressiva, tal como se fossem duas gangues de guetos rivais, embaladas pelos versos contundentes de *Formation*¹⁹.

Após o espetáculo, enquanto críticos musicais das empresas midiáticas norte-americana elogiaram a performance musical da dupla, sugerindo que Beyoncé e Mars “roubaram a cena” e “engoliram” o Coldplay, que passou de atração principal a coadjuvante do espetáculo, outras vozes reagiram imediatamente ao que consideraram uma “provocação” inadequada de Beyoncé.

O ex-prefeito de Nova York Rudy Giuliani declarou: “Isto é futebol (americano), não Hollywood; e eu acho que é realmente ultrajante que ela use (o show) como plataforma para atacar policiais, que são as pessoas que a protegem e nos protegem e nos mantêm vivos”²⁰, associando Beyoncé ao movimento Black Lives Matter (BLM), que protesta contra as mortes de negros por policiais nos EUA. Na contra-ofensiva, Alicia Garzia, co-fundadora e uma das líderes do BLM,

19. Ver: <<https://www.youtube.com/watch?v=c9cUytejfk>>. Acesso em 01/12/2016.

20. Tradução livre. No original: “This is football, not Hollywood, and I think it was really outrageous that she used it as a platform to attack police officers who are the people who protect her and protect us and keep us alive”. In: <http://www.nydailynews.com/entertainment/beyonce-halftime-show-draws-ire-praise-article-1.2524039>. Acesso em 01/12/2016.

saiu em defesa de Beyoncé. Em artigo para a Rolling Stones, aplaudiu a performance da cantora, saudando-a: “Bem-vinda ao Movimento”²¹. Justificando sua posição de acolhimento, a ativista afirma, dentre outras coisas, que “Bey nos disse quem seu é seu povo, como ele fez dela o que ela é” [...]”²². E lembrou que a performance da cantora deve ser vista em conjunto com outras ações de apoio à luta dos afro-americanos, incluindo doações financeiras da cantora, refutando assim as críticas internas do movimento sobre um possível oportunismo de Beyoncé ao apropriar-se das temáticas mencionadas:

Movimentos são multi-facetados e nunca sem contradições. Mesmo os mais radicais entre nós lidam com essas contradições. É por isso que, mesmo com as críticas – algumas das quais eu concordo – nós, enquanto um movimento, deveríamos celebrar o fato de que, sem dúvida, mobilizamos uma das mais icônicas celebridades do mundo a usar a sua extensa plataforma para celebrar a resistência negra, a se colocar na história como alguém que está resistindo e que coloca seu dinheiro onde está sua boca. Não é perfeito, mas nenhum de nós o é²³.

21. Tradução livre. No original: “Welcome to the Movement”. Fonte: <<http://www.rollingstone.com/culture/news/black-lives-matter-co-founder-to-beyonce-welcome-to-the-movement-20160211>>. Acesso em 02/12/2016.

22. Tradução livre. No original: “Bey told us who her people are, how that makes her who she is”.

23. Movements are multi-faceted, and never without contradictions. Even the most radical among us grapple with those contradictions. That’s why, even with the criticisms — some of which I agree with — we as a movement should celebrate that we have helped organize arguably one of the most iconic celebrities in the world to use her extensive platform to celebrate black resistance, to place herself in history as one who is resisting, and who puts her money where her mouth is. It’s not perfect, but none of us are.

1.3. Performance de gosto e ativismo dos fãs nas redes sociais

Nas redes sociais, a controvérsia também dividiu-se em lados opostos através das *hashtags* #BoycottBeyonce, utilizada para propor um “boicote” a Beyoncé, através de um protesto na frente da sede da Liga de Futebol Americano em Nova York (ao qual, no fim das contas, ninguém compareceu); versus os apoiadores e fãs da cantora, que utilizaram as *hashtags* #SupportBeyoncé, #IStandwithBeyonce, em conjunto com as do movimento #BlackLiveMatters e #HurricaneKatrina, remetendo-nos ao debate em torno das questões da performance de gosto e do ativismo dos fãs.

Por *performance de gosto* entendo, em diálogo com Hennion (2001; 2002), a dimensão processual e coletiva que envolve a expressão valorativa dos afetos. Ou seja, a forma como expressamos nosso amor pelos objetos socioculturais, enfatizando a dimensão experiencial e os vínculos afetivos que são construídos na relação. (PEREIRA DE SÁ; 2014; 2016). Parafraseando um antigo comercial de TV, portanto, “não basta ser fã, tem que participar”. E é através da participação – que adquire inúmeros sentidos que vão desde a compra do álbum do cantor favorito à expressão dos afetos por ele(a) nas redes sociais – que se constroem os vínculos afetivos e o gosto dos apreciadores de um estilo, gênero, cantor, banda etc.

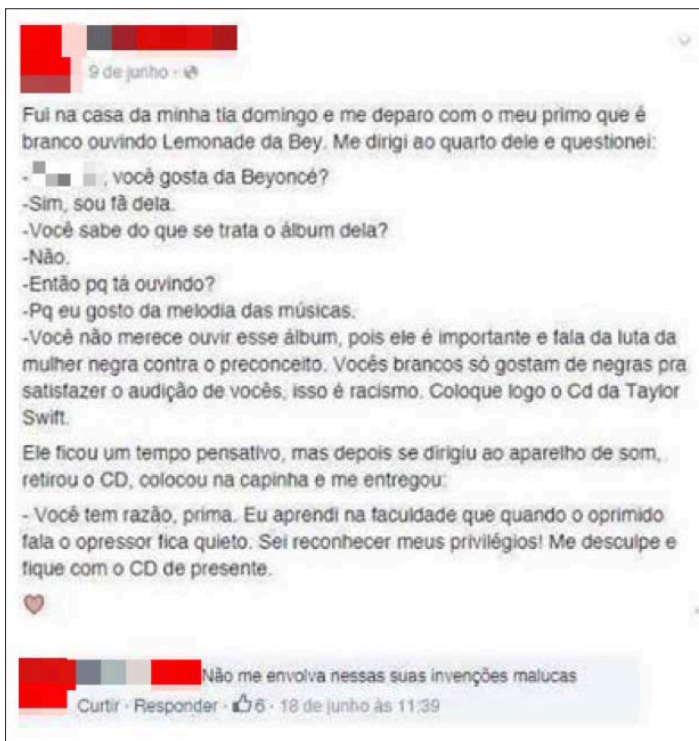
A questão do ativismo de fãs, por sua vez, nos remete ao debate de autores que argumentam sobre a necessidade de superarmos a dicotomia entre os mundos do consumo/entretenimento versus o da cidadania/política, uma vez que fãs e ativistas têm mais afinida-

des do que supõe o senso comum (AMARAL, A.; SOUZA, R., MONTEIRO, C.; 2015; BENNET, 2012; BROUGH & SHRESTOVA, 2012; JENKINS et al, 2016; MILNER; 2013; PEREIRA DE SÁ, 2016).

Trata-se, portanto, de uma perspectiva que vai além de entender os fãs como intérpretes ativos dos materiais da cultura pop, tal como já discutido por Jenkins (2008) e outros, analisando as formas como os fãs atuam como produtores de práticas e narrativas de resistência, eficazes para ganhar visibilidade no disputado cenário de excesso informacional da contemporaneidade; e ainda como essas práticas têm sido apropriadas pelo ativismo político na busca por engajamento, através da construção de laços afetivos em torno de uma causa (BURWELL & BOLER, 2008; Malini & ANTOUN, 2013).

Por fim cabe ainda apontar a centralidade do humor – traduzido em suas múltiplas manifestações tais como (auto)ironia, deboche, sarcasmo, paródia etc. – enquanto importantes elementos da comunicação em rede e do engajamento político (TAY, 2012; CHAGAS, 2016; AMARAL, A.; BARBOSA, C.; POLIVANOV, B; 2015; MINA, 2013; BARBOSA, 2015) e suas formas de expressão, que envolvem posts, memes, gifs e outras expressões materiais da cultura das redes sociais; e do qual o exemplo abaixo, extraído do perfil “Fanfic de esquerda” do Facebook²⁴ se torna eloquente enquanto expressão brasileira da temática: “Esta página já cumpriu seu papel social, se tornou desnecessária. Mas, fica difícil abandonar o projeto quando testemunhamos esses grandes momentos”.

24. <https://www.facebook.com/fanficdeesquerda/?fref=ts>. Acesso em 02/12/2016. Post mencionado por Adriana Amaral em palestra realizada no dia 29/11, no curso: Teoria da Música Pop, por ministrado no âmbito do Curso de Mídia UFF, a quem agradeço pela dica.



A página fictícia, cuja tônica é a crítica aos “textões” de militantes nas redes sociais, se insere como mais um ator na rede sociotécnica aqui descrita, exemplificando a multi-direcionalidade e multi-vocalidade das atividades de produção de sentidos, onde conflitos, disputas e dissensos se constroem em torno de um produto da cultura pop.

2. Perspectivas de análise do videoclipe “pós MTV”

Tendo em vista o conjunto de atores brevemente descritos na primeira parte dessa reflexão, retomo aqui a questão que me move, que diz respeito ao desafio de pensar o videoclipe dentro do ambiente comunicacional das redes sociais.

Cabe observar, no que tange ao estado da arte da questão, que o corpus teórico mais substancial sobre videoclipe privilegia o seu momento de consolidação enquanto produto televisivo, ligado à MTV, durante os anos 80 (FISKE: 1986; GOODWIN: 1992; BERLAND: 1993; FRITH:1993; KAPLAN: 1987; KINDER: 1984; SOARES: 2004; 2013; HOLZBACH: 2013; LASVARGHI: 2002); ou, alternativamente, no contexto das experimentações audiovisuais autorais oriundas do cinema e/ou da vídeoarte (VERNALLIS: 2004; 2013; MACHADO: 2001; BARRETO: 2005; BRYAN: 2011)²⁵.

Assim, na maioria desses estudos, a história e a linguagem do videoclipe e da MTV se entrelaçam; e por consequência, no momento em que a audiência da MTV entrou em declínio, seu carro-chefe, que é o videoclipe, também perdeu espaço reflexivo.

Contudo, a partir da perspectiva de que a materialidade do meio é elemento central no entendimento das dinâmicas comunicacionais, defendo que o advento das plataformas de audiovisual na Internet – sobretudo o YouTube – reconfigura o videoclipe em outro ambiente midiático, que demanda novos esforços de análise ainda timidamente enfrentados pelos pesquisadores.

Na busca de aportes que dialoguem com a questão, encontro trabalhos que abordam o ambiente do YouTube de maneira genérica, tais como o pioneiro trabalho de Burgess and Green (2009); e a obra de Strangelove (2010) que aborda a cultura dos vídeos amadores, não necessariamente musicais. Railton e Watson (2011) por sua vez, defendem a centralidade do videoclipe na atualidade a partir de uma

25. Para um mapeamento aprofundado das obras e vertentes sobre videoclipe aqui referidas, ver: Holzbach: 2013.

análise culturalista, que privilegia as políticas de representação mas passa ao largo da sua reconfiguração a partir das plataformas digitais.

No âmbito brasileiro, cabe mencionar os artigos de Holzbach e Nercolini (2009) e de Soares (2009), o primeiro apontando para as potencialidades da internet na reconfiguração do videoclipe; o segundo refletindo sobre os itinerários do videoclipe num momento de transição, entre a televisão e a internet, a partir da análise do videoclipe de Beyoncé Single Ladies. Mais recentemente, os trabalhos de Conter (2013), que se dedica à análise de vídeos musicais produzidos por usuários, atento ao ambiente comunicacional e às práticas específicas desse meio; e sobretudo o trabalho de Montañó (2015), que aborda a ecologia do audiovisual da web, propondo um modelo ao qual voltarei na parte final desse trabalho, abrem possibilidades produtivas de diálogo.

Dentro do debate, a especificidade do meu argumento é o de que o videoclipe se tornou um artefato central da cultura musical nos últimos dez anos, sobretudo a partir desenvolvimento da plataforma YouTube, recuperando a relevância que ele desfrutou nos anos 1980 e 1990. Contudo, trata-se de um produto distinto, justamente por inserir-se num novo ambiente comunicacional que é a internet, que demanda novas metodologias de análise. Nesse sentido, a própria ontologia desse artefato se reconfigura, por um conjunto de razões que cabe investigarmos.

No tocante à produção, cabe primeiramente destacar o conjunto heterogêneo de vídeos musicais em circulação. Assim, ao lado do videoclipe “profissional” produzido pela indústria *mainstream*, tal como o vídeo da música *Formation*, vamos encontrar pelo menos

quatro outros conjuntos que também podem ser chamados de *vídeos musicais* e que são produtos específicos desse ambiente.

O primeiro caracteriza-se por vídeos produzidos de maneira autônoma por artistas em busca de uma carreira profissional, ligados ou não a produtoras regionais ou locais, com recursos limitados e que se tornam sucessos de audiência *virais*.

Um segundo conjunto de vídeos encontrados no YouTube caracteriza-se pelos vídeos “amadores”. Produzidos pelos usuários – fãs, *haters*, *trolls* – eles têm como característica a apropriação de canções, na forma de homenagens, tributos, paródias e/ou sátiras. E nesse caso, muito frequentemente, o humor e a ironia se tornam elementos fundamentais.

Um terceiro conjunto é constituído por fragmentos audiovisuais de origens híbridas. Refiro-me aqui, por exemplo, a uma cena de um show da televisão, uma parte de um show ao vivo postado por um fã de uma banda pop, uma música filmada durante um ensaio da banda e postada por um dos músicos etc. Ou seja: tratam-se de vídeos musicais que não foram originalmente concebidos como videoclipes, no sentido “clássico” da peça audiovisual realizada para divulgar uma canção, mas que se insere no novo contexto de circulação das redes sociais.

Um quarto conjunto é também produzido por usuários e caracteriza-se, conforme Conter (2013), por

[...] algum tipo de reutilização de material previamente publicado no *YouTube* e que sequer era musical, como reportagens, documentários, entrevistas, seriados, sermões religiosos e comerciais de TV. A montagem, que transforma esses vídeos em

música, pode acontecer através da mixagem de dois diferentes vídeos; ou do fracionamento de imagens audiovisuais, como se fossem notas musicais, reordenados para produzir ritmos, versos, melodias e refrões; ou da redublagem de performances ao vivo; ou até da interferência da altura melódica ou do movimento aparente das imagens visuais, através de *plug-ins* de *softwares* de edição de vídeo e áudio (CONTER, 2013, p. 13-14).

No tocante à circulação, por sua vez, cabe destacar novamente o papel dos usuários, em um conjunto de ações. Primeiramente, buscando vídeos e compartilhando-os em redes sociais diversas. Em segundo, interagindo com as ferramentas das plataformas, tais como a contagem das visualizações no YouTube, a avaliação (curtir ou não), os comentários em torno do vídeo e o uso de *hashtags* para “enquadrá-los” e produzir sentidos múltiplos em torno deles. Finalmente, produzindo conteúdo que dialoga com o vídeo – na forma de paródias, memes, textos etc.

Conforme aponta Montano:

Damos um “play” em um vídeo hospedado em uma plataforma de compartilhamento e necessariamente seguimos percursos como o de ver outros vídeos do mesmo autor, acionando uma de suas coleções ou listas de exibição, conhecer seu perfil, saber a quantos vídeos ele já assistiu no YT [YouTube], ver outros vídeos relacionados com aquele, participar de comunidades, engajar-se em campanhas, produzir vídeos-respostas, gerar bate-papos audiovisuais ou através de um chat. Nesse ambiente é impossível assistir ao vídeo sem que ele se trans-

forme automaticamente em um quadro de estatísticas e dados ou numa mesa de intervenções.

Fazer um login no YT significa, afinal, iniciar coleções de vídeos, ou de amigos, processos todos mediados por vídeos. Significa também acionar uma geração espontânea de séries de vídeos como resposta a uma determinada busca e pensar o mundo através de palavras-chave e etiquetas (MONTAÑO, 2015, p. 71).

No que diz respeito ao fluxo temporal que rege o videoclipe, por sua vez, observa-se que, se no passado, o videoclipe foi tomado pela indústria da música como o produto que vende uma canção; o ambiente das redes sociais contribui para a inversão da relação entre o videoclipe e a canção gravada no álbum por duas razões. A primeira é a de que, nesse novo ambiente, o videoclipe é, muitas vezes, o primeiro produto de divulgação de um cantor ou canção. Ou seja: a canção será lançada no YouTube e se tiver uma trajetória bem-sucedida, “viral”, nas redes sociais, traduzida na forma de visualizações, curtidas, compartilhamentos, paródias e comentários, ela se torna um *hit* e pode se tornar uma gravação fonográfica para venda posterior.

Em segundo lugar, cabe destacar os aspectos enciclopédicos e/ou arquivísticos da plataforma, que permitem a circulação e recirculação de vídeos “antigos” e “novos”, “clássicos” e “contemporâneos” lado a lado, reconfigurando assim o tempo de vida dos produtos culturais e os fluxos nos quais ele circula e tornando problemática a suposição dos videoclipes como obras isoladas, autônomas e deter-

minadas pelo ciclo de consumo da indústria fonográfica acoplada ao da canção que ele divulga (RAILTON e WATSON, 2011).

Por todas essas razões, proponho que o videoclipe que circula no YouTube é um ator enredado numa rede afetiva e sociotécnica distinta daquele do videoclipe da Era MTV, definido pela indústria musical primordialmente como um produto desenvolvido para divulgar uma canção gravada previamente. Trata-se, pois, conforme observa Montaña, de um ambiente “que tende a favorecer as relações entre *dispositivos, usuários, videos e web* [grifo meu]” e na qual “toda e qualquer montagem pode ser posta em novas e infinitas justaposições outras” (MONTAÑO, 2015, p. 13).

É nessa direção que entendo que é preciso ir além da análise de cunho culturalista, do videoclipe, que analisa seus sentidos e ideologia, buscando seguir seus rastros, seus deslocamentos e suas conexões – seja com outros produtos audiovisuais, seja com softwares e plataformas comunicacionais; seja com outros atores humanos - os fãs, *haters* e outros usuários das redes sociais, por exemplo, uma vez que os vídeos não são apreendidos de maneira isolada. Ao contrário, eles fazem parte de redes sociotécnicas que nos desafiam à descrição.

2.1. A performance de Beyoncé enquanto controvérsia

A noção de controvérsia – tal como discutida no âmbito da Teoria Ator-Rede (TAR) - torna-se uma ferramenta importante para pensarmos o contexto de disputas, dissensos e conflitos que descrevi na primeira parte do trabalho. Para os autores da TAR, a controvérsia é o lugar ou momento privilegiado para observarmos os atores que

compõem o tecido social “em ação”. Momento em que a complexidade das relações sociais se revela, na infinidade de mediadores, nas relações de forças desiguais, nos embates e finalmente na sua estabilização, quando a controvérsia se transforma numa “caixa-preta”.

As primeiras controvérsias analisadas pela TAR vieram do mundo da sociologia da ciência e da técnica: disputas entre cientistas em torno de uma nova ideia ou procedimento, formas de abordagem de um fenômeno. E a partir desta análise, seus autores produziram seus trabalhos mais fecundos, chamando a atenção para a impossibilidade de separação dos aspectos sociais, técnicos, culturais, simbólicos e econômicos que envolvem cada um dos fenômenos analisados. (Latour; 1991; 2002; 2005).

Com base nestas primeiras observações, Callon sintetizou a discussão em quatro características das controvérsias (LEMOS: 2013; p. 108-109):

- 1 – A controvérsia é sobre um objeto técnico mas não se reduz ao objeto pura e simplesmente técnico, já que esse não existe. Todo objeto é social e deve ser visto pelas suas relações;
- 2 – As soluções são sempre múltiplas e sem direção dada de antemão, já que envolvem a negociação entre diversos actantes que são eles mesmos redes, eventos híbridos;
- 3 – Os grupos implicados têm interesses variados, cosmovisões que entram em conflito e que revelam forças e hierarquias diferenciadas;
- 4 – As forças tendem a se equilibrar nas negociações ao longo da controvérsia, esfriando-a, criando estabilizações (chamadas de “caixa-pretas”).

Trata-se, portanto, de uma abordagem teórico-metodológica que privilegia a descrição e análise dos laços sociais, deslocando sua atenção da ação dos indivíduos – ou, no nosso caso, dos produtos autônomos tais como o videoclipe - para as redes constituídas a partir de suas ações; e onde o posicionamento do ator dentro da rede tanto quanto sua relação com outros atores é fundamental. Além disso, ao tratar os coletivos como redes sociotécnicas, os autores também enfatizam a relevância de considerarmos como atores (ou actantes) todos aqueles que produzem ação – sejam eles atores humanos ou não-humanos, tais como artefatos, softwares e o que mais se apresentar como força atuante. E a partir desse argumento, defendendo aqui que o maior desafio da análise do videoclipe é o de descrevê-lo como um ator vinculado a múltiplas redes sociotécnicas.

2.2. À guisa de um roteiro para a análise de videoclipes

Insistindo na questão: a TAR traz para o primeiro plano a tarefa do pesquisador de seguir os rastros dos atores e descrevê-los a partir do relato textual, (re)colocando o texto no centro das atividades de pesquisa. E define um bom relato como “aquele que tece uma rede” e onde os participantes da ação são tratados como “mediadores completos” (LATOURE, 2012, p. 189); ou ainda uma narrativa na qual todos os atores “fazem alguma coisa e não ficam apenas observando” [...]. “O texto, em nossa definição de ciência social, versa portanto sobre quantos atores o escritor consegue encarar como mediadores e sobre até que ponto logra realizar o social” (LATOURE, 2012, p. 189).

Movida por essa questão, me indago sobre como seguir a infinidade de rastros que atravessam o videoclipe? Como captar seu movimento no interior de redes sociotécnicas, uma vez que os atores são incontáveis, cada ação nos levando a novos laços; e o coletivo se recompõe incessantemente?

Assim, muito sucintamente, apresento aqui um conjunto de sugestões, à guisa de um roteiro para a análise do videoclipe que privilegia antes os laços, as ligações e a atuação do videoclipe como ator. Para tanto, tomo emprestada a metáfora das *constelações*, elaborada por Montaño (em diálogo com Benjamim), uma vez que a metáfora aponta primeiramente para a “relação entre os seus componentes”, sem amarrá-las em sistemas fechados (MONTAÑO, 2015, p. 31).

Proponho, assim, estabelecer uma cartografia com base em quatro constelações de “atores”: os videoclipes, os usuários, as interfaces/dispositivos e as formas narrativas do meio/ambiente comunicacional da web, que passo a descrever brevemente.

O Videoclipe

O ponto de partida é que o videoclipe pode ser tomado como um “programa de ação”, que performatiza os aspectos sonoros, semióticos e mercadológicos dos gêneros musicais²⁶ – tal como busquei demonstrar a partir da breve análise do videoclipe *Formation* na seção 1.1 desse trabalho.

26. Essa definição se beneficia do profícuo diálogo com a obra de Janotti Jr. (2003) e sua discussão dos gêneros musicais enquanto gêneros midiáticos.

Contudo, outras perguntas vêm se juntar a essa primeira, a fim de montarmos um roteiro que dê conta dos laços, dos fluxos e das constelações que se formam com outros vídeos, com usuários e com o meio e seus dispositivos. Assim, cabe indagar: 1) Como o videoclipe foi produzido? Quem são os autores, criadores e produtores; e quais as instituições, empresas, coletivos ou individualidades que deram origem ao produto? 2) Onde o videoclipe foi primeiramente postado? Qual a rede social, canais específicos e profissionais? Permite o compartilhamento e outras ações dos usuários? 3) Como se relaciona com outros vídeos? Que séries – ou coleções – ele desencadeia, conecta e vincula? 4) Como ele circulou e se tornou (ou não) viral?

Os usuários

Conforme já mencionei anteriormente, três conjuntos de ações dos usuários são centrais para a discussão: 1) Buscar/coleccionar vídeos; 2) Interagir com as plataformas: compartilhar, comentar, reposicionar o vídeo em outras redes, produzir *hashtags* 3) Apropriar-se do vídeo e gerar novos conteúdos – que podem ser audiovisuais (outros vídeos parodiando o primeiro) ou outros materiais expressivos (memes, posts, críticas etc.)

O meio/ambiente comunicacional, suas interfaces e dispositivos

Essa constelação, de inspiração macluhaniana, nos remete à discussão sobre a materialidade do meio, suas especificidades e o con-

junto de possibilidades (*affordances*) que um meio permite. E através dela, podemos descrever um conjunto de atores não-humanos tais como as plataformas musicais, seus dispositivos técnicos, suas interfaces etc.

As estratégias narrativas

Entendidas enquanto expressões da performance de gosto, essa constelação nos permite rastrear os modos afetivos de comunicação utilizados pelos usuários nas redes sociais para se engajarem na fruição do videoclipe – tais como a utilização de humor, do ódio (*haters*), das trollagens e a materialidade expressiva dessas manifestações materiais na web (vídeos, memes, posts ligados ao videoclipe etc.)

Considerações finais

Se voltamos agora à controvérsia descrita na primeira parte do artigo, a fim de concluir a discussão, podemos perceber que ela é acionada por um duplo movimento: o lançamento do vídeo de *Formation* e a performance de Beyoncé no Super Bowl 50 no dia seguinte, que mobilizou a audiência de milhões que espectadores televisivos. Assim, por um lado, cabe ao cartógrafo descrever o videoclipe oficial nos seus aspectos sonoros, semióticos e mercadológicos. Por outro, cabe também rastrear as ações de outros atores nas diversas instâncias midiáticas: a reação do prefeito Giuliani, que repercutiu na mídia *mainstream* e a resposta da líder do movimento BLM; as conexões e série que se forma entre os vídeos – o “oficial”, o do in-

tervalo do Super Bowl e a paródia produzida pelo programa humorístico Saturday Night Live. E como esses vídeos circularam nas redes sociais, a partir da ação de incontáveis atores que repercutiram, debateram e disputaram sentidos em torno desse evento a partir do uso do humor, da ironia, do e/ou do sarcasmo, por exemplo – aprendendo o videoclipe, assim, como um ator central ao mesmo tempo que vinculado a outros numa rede sociotécnica que produziu uma controvérsia que é ao mesmo tempo social, técnica, cultural, simbólica e econômica.

Por fim, se a teoria Ator-Rede se define metodologicamente como a cartografia das controvérsias, cabe lembrar que um mapa não se confunde com seu território, sob pena de se tornar inútil. Ao contrário, um mapa é um roteiro que nos guia de um ponto a outro ao mesmo tempo que recria um território a partir de um conjunto de marcos, referências e anotações pessoais, nunca de maneira objetiva ou exaustiva, sempre de maneira idiossincrática, inacabada e exploratória, reforçando a premissa do pesquisador como mais um ator na composição do coletivo.

Como segunda “nota mental”, observo ainda que, se a tarefa da descrição se descortina como bastante árdua, o diálogo e a colaboração entre laboratórios de pesquisa visando à construção de redes de pesquisadores dedicadas ao objetivo de refinar metodologias e estabelecer rotinas que possam ser discutidas em conjunto torna-se, nesse momento, mais do que nunca, imprescindível.

Referências Bibliográficas

AMARAL, A.; BARBOSA, C.; POLIVANOV, B. Subculturas, re(a)apresentação e autoironia em sites de redes sociais: o caso da *fanpage* Gótica Desanimada no Facebook. Revista **Lumina**, Juiz de Fora, Vol9, n2, Dez 2015.

AMARAL, Adriana, SOUZA, Rosana., MONTEIRO, Camila. “De Westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. **Revista Galáxia**, São Paulo, Online, n.29, p.141-154, <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120250> , jun 2015. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/20250/16750>>

BARBOSA, Camila Cornutti. Celebidades e apropriações humorísticas em blogs: uma análise do “Morri de Sunga Branca” e do “Te Dou Um Dado?”. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tese de doutorado. Defesa em 18 mar. 2015. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/115195>

BARRETO, Rodrigo Ribeiro – A fabricação do ídolo pop: análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna. Dissertação de mestrado, UFBA, 2005.

BENNET, L. Fan activism for social mobilization: A critical review of the literature. *Transformative Works and Cultures*, v. 10, 2012. Disponível em <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/346/277>. Acesso em 05/1/2015.

BERLAND, Jody – Sound, Image and Social Space: music video and media reconstruction. In:FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew; GROSSBERG, Lawrence (orgs) – *Sound and Vision: the music video reader*. New York, Routledge, 1993.

BRYAN, Guilherme – A autoria no videoclipe brasileiro: estudo da obra de Robert Berliner, Oscar Rodrigues Alves e Mauricio Eça. Tese de Doutorado, Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2011.

BROUGH, M.; SHRESTOVA, S. Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation. *Transformative Works and Cultures*. Vol 10, 2012. Disponível em <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/303> Acesso em: 05/07/2013.

BURWEL, C, BOLER, M. 2008. “Calling on the Colbert Nation: Fandom, Politics and Parody in an Age of Media Convergence.” *Electronic Journal of Communication* 18 (2). <http://www.cios.org/www/ejc/EJCPUBLIC/018/2/01845.html>.

BURGUESS, J.; GREEN, J. **Youtube e a revolução digital**. São Paulo: Aleph, 2009.

CHAGAS, Viktor – “Não tenho nada a ver com isso”: cultura política, humor e intertextualidade nos memes das eleições 2014. ANAIS do XXV Encontro Anual da Compós, Goiânia, 2016.

CONTER, Marcelo Bergamin. **Imagem-Música em vídeos para web: paródias, reciclagens e remixagens**. São Paulo, Kazuá, 2013.

FRITH, Simon. Youth/Music/Television. In: FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew; GROSSBERG, Lawrence (orgs.) – **Sound and Vision: the music video reader**. New York, Routledge, 1993.

FISKE, John. **MTV: Post- Structural Post Modern**. *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 10, 1986.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the distraction Factory: Music television and Popular Music**. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1992.

HENNION, A. Music and Mediation: Towards a new Sociology of Music. In: **The Cultural Study of Music: A Critical Introduction**. 2002. M.

Clayton, T. Herbert, R. Middleton eds. London: Routledge.

_____. Music Lovers. Taste as performance. In: **Theory, Culture, Society** 18. 5 (2001)1-22.

HOLZBACH, Ariane. **Smells like teen spirit**. A consolidação do videoclipe como gênero audio-visual. Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2013.

HOLZBACH, A.; NERCOLINI; M. Videoclipe em tempos de reconfigurações. In: **Revista FAMECOS** (online), v.1, p. 50-56. 2009.

JANOTTI Jr, Jeder. A procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. Rio de Janeiro, **Revista Eco-Pós**, UFRJ, v.6, n.2, p. 31-46, 2003.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. USA: New York University Press, 2006.

JENKINS, H et al (orgs). **By any media necessary: the new youth activism**. USA, New York University Press, 2016

KAPLAN, Elizabeth Ann. **Rocking around the clock: Music Television, Postmodernism and Consumer Culture**. London, Methuen, 1987.

KINDER, Marsha. **Music Video and the Spectator: television, ideology and dream**. Film Quaterly, Vol. 28, n.1, 1984.

LATOURE, B. **Reflexão Sobre o Culto Moderno dos Deuses Fe(i)tiches**. EDUSC, 2002.

_____. **Reassembling the Social – An Introduction to Actor-Network-Theory**. Oxford University Press, 2005.

_____. *Technology is society made durable*. In: LAW, J. (Org.). **A sociology of monsters: essays on power, technology and domi-**

nation. Londres: Routledge, 1991.

LEMONS, A. **A internet das coisas.** Teoria Ator-Rede e cibercultura. SP. Annablume, 2013.

LUSVARGHI, Luiza – **A MTV no Brasil: a padronização da cultura na mídia eletrônica mundial.** Dissertação de mestrado. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, 2002.

MALINI, F., ANTOUN, H. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

MILNER, Ryan. **Pop polyvocality:** internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement. In: International Journal of Communication, 7, 2013.

MONTAÑO, Sonia. **Plataformas de vídeo** – Apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade. Porto Alegre, Sulinas, 2015.

PEREIRA DE SÁ, S. Contribuições Da Teoria Ator-Rede Para A Ecologia Midiática da Música. **Revista Contemporânea**, UFBA, Vol.12, n.3, 2014.

_____. Somos Todos Fãs e *Haters*? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. Rio de Janeiro, **Revista ECO-PÓS**, v. 19, n.3, 2016.

SOARES, Thiago. **Videoclipe:** o elogio da desarmonia. Recife, Livro Rápido, 2004.

_____. **A estética do videoclipe.** João Pessoa, Editora da UFPB, 2013

STRANGELOVE, M. **Watching youtube:** extraordinary videos by ordinary people. Canada, University of Toronto Press, 2010

TAY, Geniesa. **Embracing LOLitics:** popular culture, online political humor, and play. Christchurch: University of Canterbury, 2012. (Dissertação de Mestrado.).

Metá Metá: entre o devir e a história

Mario Arruda



Imagem 1: Capa do disco MM3 de Metá Metá

Metá Metá é encontro e imersão, suspensão e produção de sentido, retorno ao ritualismo e busca do tecnoxamanismo futurista, um novo *modus operandi* para a música brasileira: a banda encontra em suas raízes o futuro de sua estética e de seus objetivos políticos. A obra *MM3*, seu terceiro e mais novo disco lançado no meio de 2016, apresenta a convergência formadora de um plano de consistência em que se justapõe elementos heterogêneos tanto em conteúdo quanto em forma. Uma potência avassaladora de encontros emerge de seu

álbum e conduzem a uma circulação emancipatória tanto das grandes gravadoras quanto da lógica redutora dos algoritmos gerados pelas relações mapeadas nos bancos de dados da internet. Cabe-nos tentar agarrar suas especificidades para encontrar seus deslocamentos singulares a ponto de construirmos uma maneira de descrever sua forma de ser.

Processo gerativo

A banda formada, em São Paulo por Juçara Marçal (voz), Kiko Dinucci (guitarra) e Thiago França (saxofone), incorpora desde seu nome as influências do iorubá (língua, mitologia, religião nigerocongolesa). *Metá Metá* significa “três em um” e, além de se referir ao trio de músicos, parece remeter ao estado de transe em que um corpo terreno já não se vincula somente a um único consciente/inconsciente, mas dialoga e se manifesta através dos arquétipos espirituais chamados orixás. Isso se torna mais claro quando direcionamos o olhar às letras do grupo, que tratam de assuntos existenciais abordados através de enunciados presentes nos mitos do iorubá. Para além da metaforização do cotidiano, há a própria invocação descritiva da mitologia iorubá. Um exemplo disso ocorre no seu primeiro disco, *Metá Metá*, de 2011, através da música *Obá Iná*, a qual é tematizada pela figura de Xangô, orixá dado como rei e símbolo da justiça. Na canção, a justiça é tratada não como punitiva e causadora de sofrimento, mas justamente como o aviso de transformação das subjetividades que tenham causado temores passados. Nesse sentido, vemos que *Metá Metá* traz a mitologia não como mote de

uma identidade estanque, mas a utiliza para provocar a potência da eterna mutação. Tendo isso em vista, já vislumbramos um primeiro apontamento de sua política, da qual trataremos logo em seguida.

Se em seu primeiro disco o tratamento estético ainda pode ser visto como convencional na música brasileira, sendo composto em sua maioria através de violão e voz (apesar de já conter em suas estruturas musicais as dissonâncias que se tornaram características marcantes nos próximos trabalhos), é no disco *MetaL MetaL* de 2012 que o grupo passa a provocar a desconstrução plástica que o levou a ganhar espaço no recente cenário musical brasileiro. Já não mais uma banda de MPB, mas uma banda instrumentalizada como grupo de rock produzindo ambiências imersivas de influência africana. Kiko Dinucci já apresenta suas influências de *jazz fusion*, *noise* e *punk*, Thiago França traz harmonias do *afrobeat*, já Juçara Marçal inicia o disco cantando na língua iorubá com efeito de distorção na voz. Ao longo do disco, *Metá Metá* forja uma espécie de terreiro elétrico, e a eletricidade nunca foi tão espiritual – não somente no sentido religioso que já comentamos anteriormente, mas pela força que as canções têm de acionar o inconsciente devido ao grau de indiscernibilidade que de suas construções emanam. As mesclas de gêneros, do orgânico e do elétrico, das linguagens fazem com que a interpretação das obras não se dê a partir do campo hermenêutico, mas através de um processo de ligações assignificantes capazes de provocar a transformação das subjetividades daqueles que com essa música se deparam.

Mas é em *MM3* que a estética musical atinge o grau expressivo capaz de formar um território consistente que serve de ímã aos ele-

mentos heterogêneos que viemos apresentando até agora. Veremos a seguir que a organicidade percussiva dos instrumentos elétricos chega a tal nível que o carnaval iorubá psicodélico de Metá Metá é firme na proposição de uma música que transcende os gêneros preexistentes. Nesse disco de 2016 o grupo alcançou a possibilidade de uma música singular que vem funcionando como ponto de subjetivação a diversos músicos do cenário brasileiro, ou seja, Metá Metá fundiu uma plástica expressiva de um devir orientado por um aparato sociogênico complexo que emergiu recentemente. Para fins de análise, focaremos primordialmente na tecnologia musical e na influência da internet e sua organização algorítmica para entender o processo de valorização das culturas nacionais e regionais pós-coloniais e pós-globalização que Metá Metá possivelmente está inserido. Além disso, empreenderemos uma análise em relação aos territórios de significação que fazem emergir *MM3*.

Metá Metá, um território de significação

Se fizermos uma digressão até a filosofia pós-estruturalista de Gilles Deleuze e Félix Guattari (2011a), encontraremos nas ligações assignificantes a possibilidade inventiva, o ponto potente de emergência dos devires. Isso decorre do fato de que os territórios de significação são formados numa “margem de liberdade do código, não indeterminada, mas determinada de outro modo” (DELEUZE; GUATTARI, 2012, p. 137). Quer dizer que os territórios são formações culturais que orientam tudo aquilo que podemos entender diante do nosso contexto e percurso histórico. Os territórios são o

modo de organização dos códigos culturais com os quais nos comunicamos, mas que trazem também as limitações de representação e apreensão de conteúdos. Sendo assim, são eles os responsáveis também pelas possibilidades do dizer e do mostrar, do ouvir e do ver.

São esses territórios que proporcionam os modos de existência. Nessa filosofia que estamos expondo, a subjetividade é um modo de existência ordenado, um espaço a ser ocupado, que se transforma pela presença dos elementos que o compõe. Logo, “a subjetividade não é fabricada apenas através das fases psicogenéticas da psicanálise ou dos ‘matemas do Inconsciente’, mas também nas grandes máquinas sociais, mass-mediáticas, linguísticas, que não podem ser qualificadas de humanas” (GUATTARI, 2012, p. 20).

O paradigma que se coloca através desse pensamento é o da pós-humanismo, onde o ser-humano não é formado por uma essência, mas pelas relações e ligações que faz em sua vida. Sendo assim, as relações são o que nos constituem. Entretanto, há de se discernir rasteiramente dois movimentos de relação: 1) a relação que já tem significado dado, que obedece a um regime de verdade e poder por estar calcado em códigos culturais estanques e bem delimitados que tendem a se conservar por si próprios e 2) a relação que tem como possibilidade “retomar o espaço da farsa, produzindo, inventando subjetividades delirantes que, num embate com a subjetividade capitalística, a façam desmoronar” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 30).

É nesse espaço da farsa onde estão as ligações assignificantes. A farsa bem longe de seu significado pejorativo, falamos aqui da farsa em toda sua vibração criativa. A farsa como a aproximação do que está separado, capaz de provocar movimentos de transformação dos

elementos envolvidos em um agrupamento devido à inexistência prévia da relação que os aproxima.

Quando Metá Metá expressa em sua obra uma gama enorme de gêneros heterogêneos (batuque, rock, *jazz fusion*, *noise*, *afrobeat*, samba, música psicodélica etc.), a banda evoca um outro território existencial que não condiz completamente com nenhum dos que o formam. Isso quer dizer que proporciona um novo código cultural, um novo modo de ver e falar do mundo, proporcionando a liberdade de ser e estar. Falamos de uma arte singular orientada não somente pelo que já está, mas também pelo que está por vir, podendo ser considerada uma “singularização existencial que coincida com um desejo, com um gosto de viver, com uma vontade de construir o mundo no qual nos encontramos, com a instauração de dispositivos para mudar os tipos de sociedade” (GUATTARI; ROLNIK, 2011, p. 17).

Pensar que isso se dá pelas possibilidades de mixagem e gravação contemporânea não soa absurdo. Os pedais de *delay* e de *reverb* servem muito bem para colar o *noise* e a dissonância ao samba e ao iorubá e produzir os tranSES musicais. Além disso, o conhecimento e a técnica das diversas linguagens e tempos musicais são essenciais para que se alcancem as possibilidades de tocar bateria como pandeiro, guitarra distorcida como violão percussivo ou tambor, saxofone com *delay* e *reverb* como jazz psicodélico. Mesmo o ímpeto dos músicos em buscar as origens da música brasileira através de imersões no Brasil profundo pode justificar sua capacidade de produzir a música que emerge em *MM3*. Talvez seja a leitura de um mundo sem fronteiras que oriente a produção que culmina nesse disco de 2013. Um disco que dá a ver uma micropolítica bem aos

modos de Félix Guattari e Suely Rolnik (1996), que é capaz de produzir deslocamentos em diversas subjetividades por incluí-las em um mesmo território. Não apagar ou excluir, mas reunir: Metá Metá reúne gêneros em processo antropofágico como se viu na Tropicália de Hélio Oiticica, Ligya Clark, Caetano Veloso, Gal Costa, Gilberto Gil. Por isso, a música de Metá Metá vem sendo chamada na internet e mesmo em revistas especializadas de nova música brasileira, nova tropicália ou new tropicália.

Para além disso, Kiko Dinucci deixa bem claro que nem só de música se alimenta o Metá Metá. Conta que se sentia isolado quando começou a transitar entre gêneros, ainda fora da banda. Do hard core ao samba é um grande salto, mas é também um grande salto pensar o cinema, as artes e a literatura dentro da música, como faz Kiko. Segundo o músico, foi só quando ele encontrou Juçara Marçal e Thiago França que se consolidou a possibilidade de pensar tudo sem fronteiras.

O que é bom é que a gente não construiu um modelo fechado de fazer as coisas, não estamos presos a nenhum gênero, a nenhum movimento, a gente faz o tipo de disco que quiser... Se amanhã eu quiser fazer um disco punk, eu faço. Se eu quiser fazer um disco de samba depois de amanhã, eu faço. Essa coisa de se desprender dos gêneros eu acho o mais legal de tudo¹.

Estabelecer um território de significação onde sejam possíveis os encontros improváveis, para além dos significados mapeados nas

1. Disponível em: <https://desova.wordpress.com/2014/03/13/entrevista-com-kiko-dinucci/>

estratificações históricas da música e também da sociedade, é a provocação do movimento (deslocamento). Quando se torna possível reunir diferenças em um mesmo espaço, esse se transforma em ponto de passagem. Elementos vêm e vão, se transformam e voltam para transformar seus territórios de origem. Outros se sentem tão bem que tomam o novo espaço como casa. Entretanto, pelo movimento constante causado pela aceitação das diferenças, aquele que toma o território musical antropofágico como casa está disposto a mudar constantemente. Não toma como alicerce o passado, mas aquilo que está por vir.

A partir disso, apontamos que o território de significação de *MM3* se dá a partir da desterritorialização de motivos existenciais de outros territórios. Transformar, desconstruir as subjetividades bem demarcadas. Inventar o lugar em que se torna possível existir sem se enquadrar. Para que isso tenha ocorrido, discorreremos sobre as obras em si e sobre o aparato significacional que elas mexem. A partir de agora nos voltaremos para a tecnologia.

Sem cairmos no slogan de uma internet passada, mas pensando ainda nos agenciamentos contemporâneos acionados pelas redes sociotécnicas que foram capazes de evidenciar a fraqueza de muitas das fronteiras que nos cercam culturalmente, evidenciaremos a seguir como acontece a circulação da obra de Metá Metá na internet devido às suas especificidades formais e conteudísticas. Evidenciaremos como a obra de Metá Metá é capaz de romper as novas estratificações socioculturais criadas pela organização dos bancos de dados da internet.

Ressonância algorítmica

A circulação dos discos do Metá Metá no Facebook ocorre de forma muito heterogênea: grupos de rock, de música independente, de música brasileira, linkados à mitologia iourubá etc. A partir dessa constatação dada pela observação empírica, parece que esse é um fato que contraria radicalmente a organização em nichos de interesse nas redes sociais. Sendo assim, nos perguntamos como Metá Metá tem criado uma estética capaz de produzir deslocamentos das interações programadas pelos algoritmos dos bancos de dados?

Para responder à questão, primeiramente apresentaremos como funciona a estrutura algorítmica da internet para em seguida entender como pode se dar a sua variação. Para que fique claro o nosso percurso, faremos uma análise do movimento de distribuição dos dados referentes à banda paulista dentro da internet e suas regras atuais.

Para que isso seja possível, inicialmente é preciso desmistificar a visão utópica e entusiasta que vê a internet como uma ferramenta isenta e que pode proporcionar a democratização horizontal da informação. Lembremos desde já que essa tecnologia é dominada e mediada por grandes empresas que oferecem dados organizados em troca do mapeamento dos interesses de compra de todos os usuários ou “públicos calculáveis” (GILLESPIE, 2013). Facebook, Google, Yahoo, Instagram e outras são os atuais *gatekeepers* das informações que circulam. Veremos como se dá.

Devido ao gigantesco número de dados postados diariamente na rede, tornou-se necessária a produção de mecanismos de organiza-

ção para que se tornasse viável encontrar aquilo que se procura com maior eficácia. Diante da problemática, programadores encontraram na interação a possibilidade de fazer uma inteligência artificial mapear e entender os significados dos dados. Isso quer dizer que qualquer performance online se torna documento de análise para mapear relações. Chamamos aqui de performance qualquer movimento: cliques, visualizações, posts, compartilhamentos, likes etc. É a partir do conjunto das relações que se criam “ontologias” (PICKLER, 2007, p. 72), documentos que definem formalmente as relações entre os termos e conceitos dos objetos digitais. O termo ontologia vem da proposição de uma internet semântica projetada por Tim Berners Lee em 2001, no qual o usuário seria beneficiado pela inteligência artificial por essa facilitar buscas mais assertivas.

Diante do mapeamento das relações, os dados são alocados no banco de dados e os sites de redes sociais usam essa estrutura para nos mostrar aquilo que eles acham que gostaríamos de ver. Isso é possível porque os perfis ou IP’s de cada computador também tem suas relações mapeadas.

Eli Pariser, em conferência ao TED², mostra que a internet tem construído filtros bolha, que são formados por algoritmos de relevância constituídos pelo cruzamento das informações mapeadas em torno de qualquer dado na internet. As bolhas de interação organizadas pelos algoritmos então geram um regime de circulação em relação ao conteúdo dos dados. Resumidamente é possível entender que a estrutura da internet consegue perceber o significado dos da-

2. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=pt-br>. Acesso em: 27 abr. 2018.

dos através das ligações em torno deles e, sendo assim, os distribui em espaços onde eles podem gerar mais interações.

A bolha de interação então pode ser entendida como pequenos espaços especializados em determinado tipo de conteúdo. Vale lembrar que eles também são constituídos pela ação humana em torno de uma imagem, som ou post por exemplo. Mas a problemática se constitui pelo entendimento da tecnologia algorítmica de que o que mais interessa a qualquer indivíduo é o que ele já conhece e já interagiu. Sendo assim, percebe-se primeiramente que o paradigma que essa tecnologia aponta é o humanista, que acredita em uma essência humana imutável.

Em um segundo momento, podemos fazer a recuperação d’*A sociedade do espetáculo* de Guy Debord (2003) para pensar que, tal qual já acontecia na sociedade do início do século XX, o capitalismo separa a sociedade em classes, mas ao mesmo tempo todos em torno do consumo. Da mesma forma, as bolhas algorítmicas nos separam em nichos de interesse cada vez mais específicos, mas fazem isso para constituir públicos calculáveis que podem ser acionados por publicidades direcionadas³.

Além disso, voltando rapidamente a nossa discussão sobre territórios de significação e a relacionando com esse debate sobre banco de dados, percebemos que as bolhas de interação são constituídas de códigos culturais específicos. As bolhas podem ser entendidas como a materialização do território. Lembrando que “o território é pri-

3. É preciso entender que a venda de espaço publicitário nos sites de redes sociais se dá em função de um alcance grande e direcionado. A marca que paga a rede social compra as subjetividades que depositamos a cada ação online.

meiramente a distância crítica entre dois seres de mesma espécie: marcar suas distâncias” (DELEUZE; GUATTARI, 2012, p. 134), podemos propor que as bolhas ao mesmo tempo que agrupam dados e indivíduos também os separam.

Agora que já vimos como funciona a estrutura, partimos para o motivo pelo qual a obra de *Metá Metá* desterritorializa territórios, ou melhor, desloca as futuras interações das bolhas de interação. Vimos que *MM3* faz o encontro de elementos heterogêneos, provocando um território de significação musical singular. Veremos que é justamente daí que emerge uma circulação também heterogênea e para além de uma única bolha de interação.

Quando *Metá Metá* aglutina os pontos de partida já reconhecidos como pertencentes a constituição de uma brasilidade com tantos outros elementos também já mapeados nos bancos de dados, a banda faz também uma espécie de colagem de bolhas de interação. Quase um projeto dadaísta em termos musicais? Ou poderíamos falar em uma colagem mesmo de linguagens, de gêneros, de tecnologias? Talvez tudo isso, mas o que vamos focar aqui é a sua potência de criação de uma música que já vem sendo chamada de vanguardista pela sua facilidade de desconstrução de estruturas. Para tornar isso mais palpável, veremos como ela age mesmo sobre os algoritmos: buscaremos nessa operação matemática que tem orientado a nossa cultura a evidenciar de que a música da banda paulista funciona como uma linha de fuga dos territórios de significação.

Tomemos *MM3*. Ele pode ser entendido como uma obra capaz de gerar pontos de interação muito diversos. Algumas pessoas podem interagir devido à sua influência africana, outras por causa do rock,

da psicodelia, da brasilidade, da sua valorização da cultura de raiz, da sua característica de buscar um futuro para a música e a cultura brasileira. Sendo assim, em torno dessa obra criam-se relações tão heterogêneas quanto as que a constituíram. Mas é o resultado dessas interações que pode vir a fazer a colagem territorial, já que uma interação espontânea devido à brasilidade não descarta a influência punk do disco. Isso gera futuramente nos *feeds* das pessoas interessadas em música brasileira uma temporária circulação de músicas punks postadas por seus amigos (já que Metá Metá também gera interesse em fãs de punk rock), por exemplo. Isso pode vir a possibilitar a transformação de gostos e hábitos: ter a possibilidade de provar outras subjetividades possíveis, assimilar identidades outras, termos a nossa disposição conteúdos com que possamos reavaliar a nós mesmos e a estrutura que nos cerca. Metá Metá, por sua ação micropolítica na criação de suas obras, provoca também a possibilidade da singularização de identidades pela abertura a interesses que estão fora dos estereótipos de nosso tempo. Para esclarecer esse desenvolvimento, dizemos que a interação devido a cada um dos elementos constituintes de *MM3* opera ressonâncias sobre os outros tantos elementos que constituem as bolhas algorítmicas dos usuários. Isso ocorre devido a futura inserção de conteúdo diferente do usual nas bolhas pessoais.

Estamos falando aqui então de uma estética que circula devido à sua própria organização heterogênea. Mais do que isso, transforma os territórios das bolhas de interação em que toca. Isso dá a ver como a música pode ser motor de transformação social e também tecnológica. Por isso, possivelmente podemos classificar essa estéti-

ca como revolucionária no que toca a estrutura algorítmica dos bancos de dados dos sites de redes sociais.

Entre o devir e a história

Então podemos nos perguntar que monumento é esse que constrói Metá Metá. Para onde aponta a emergência dos pontos de subjetivação que carrega sua obra? Que dá a ver o território heterogêneo de *MM3*? Ou mesmo, que tem essa música a ver com a história de um povo brasileiro? Pois bem, entramos no terreno dos questionamentos sobre o rompimento da linearidade histórica ou mesmo da história como estado organizador das coisas do mundo.

Começemos lembrando que os regimes de visibilidade e de dizibilidade (DELEUZE, 2013) constituídos pelas estratificações históricas assentadas pelos jogos de poder e saber são dados em torno da documentação histórica. Quando o movimento se efetua em estado de coisa é quando a história pode captá-lo, no entanto é o movimento que constitui as características da materialidade que se dará. Isso quer dizer que o mundo que conhecemos hoje e dita as regras a toda e qualquer ação que desempenhamos diariamente é resultado de documentações que puderam captar momentos, mas que ainda assim deixaram escapar muito do movimento que os levaram a acontecer. Isso também decorre das condições de poder de arquivamento ou voz que detém os atores ou mesmo relatores dos eventos que sucedem no mundo. A história do Brasil é contada do ponto-de-vista do homem branco dono de terras coloniais até o empresário das grandes empresas de comunicação do país, chegando

enfim nos empresários e programadores dos sites de redes sociais? Possivelmente, sim. Mas *Metá Metá* propõe com sua estética desterritorializante e antropofágica uma reorganização dos discursos por utilizar de plásticas musicais globais para colocar no lugar protagonista uma cultura de raiz que sempre esteve à margem.

O devir minoritário que grita nessa obra que estamos analisando é o da mulher, do negro, do caipira, do ruído e da macumba. Esses se potencializam porque não são definidos de acordo com os padrões constituídos historicamente, mas pelo contrário, são forjados em música quente e visceral. Quando reunidos em território aberto, as subjetividades se conectam umas às outras transformando-se em devires: devir mulher-orixá, devir negro-noise, devir macumba-rock, devir caipira-jazz.

Sendo assim, as subjetividades aqui não são mantidas em seu estágio atual e o passado deixar de ser base orientadora. A reunião heterogênea é um acontecimento que olha para o futuro.

É verdade que toda obra de arte é um monumento, mas o monumento não é aqui o que comemora um passado, é um bloco de sensações presentes que só devem a si mesmas sua própria conservação, e dão ao acontecimento o composto que o celebra. O ato do monumento não é a memória, mas a fabulação (DELEUZE; GUATTARI, 1992, p. 198).

O que se anuncia não tem ponto de chegada. *MM3* é um ponto de partida do qual é possível que derivem subjetividades delirantes e, por isso, constituintes de uma nova forma de viver o mundo. Novos sujeitos possíveis se apresentam diante de sua música, já que o

“sujeito” (DELEUZE, 2013, p. 113) é função derivada dos enunciados. E como Metá Metá constitui um enunciado heterogêneo ainda não historiado, suas consequências são ainda abertas e inesperadas. Falamos então de uma obra que resulta de um processo de devir decorrente de uma trama complexa que tentamos vir até aqui delimitando. Mas essa obra também é impactante sobre as estruturas e pode gerar outros tantos movimentos e devires. Para que fique claro, lembramos que “o devir não é história; a história designa somente o conjunto das condições, por mais recentes que sejam, das quais desvia-se a fim de “devir”, isto é, para criar algo novo” (DELEUZE, 1992, p. 211).

Queremos com isso dizer que Metá Metá constitui muito mais uma “densa nuvem não histórica” (DELEUZE, 1992, p. 210) do que propriamente se ancora em qualquer fortalecimento do *status quo*. Encontra nas frestas e nos buracos entre um gênero e outro (e mesmo entre os códigos culturais diversos) os motivos de seus encontros. Trata-se então da apresentação de um totem diferente do constituído historicamente, o que leva a estética que estamos descrevendo a ser comparada a um ato arqueológico, tal qual o mecanismo de Michel Foucault (2008).

Se a análise arqueológica “é precisamente abandono da história das ideias, recusa sistemática de seus postulados e de seus procedimentos, tentativa de fazer uma história inteiramente diferente daquilo que os homens disseram” (FOUCAULT, 2008, p. 156), em comparação Metá Metá pode apresentar uma estética arqueológica por propor uma reorganização dos processos e plásticas musicais e dos conteúdos e subjetividades com que opera. Uma música em

transe hipnótico e produtivo. Harmonizante com caos, desorganizante com a proposição de uma nova organização sempre em movimento. Para tempos pouco tranquilos e de poucas proposições que olham para frente, talvez seja na música que possamos encontrar uma saída inventiva para uma práxis brasileira, uma práxis de um Brasil que deixou de ser arcaico, mas que se recusa às alternativas da modernidade modelizante:

Manca, pula, para e berra
Desespero na tela do celular
Vaga pela rua, na penumbra
Inventa seu amor fora do ar
(METÁ METÁ, 2016, Angoulême)⁴

Referências

- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 2003. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf>
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 1992.
- DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2013.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **O que é a filosofia?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**, vol. 1. São Paulo: Editora 34, 2011.

4. Disponível em MM3: https://www.youtube.com/watch?v=pUmSm5Bq_Ao

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia 2, vol. 2. São Paulo: Editora 34, 2011.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia 2, vol. 4. São Paulo: Editora 34, 2012.

ECO, Umberto. **Tratado geral de semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico; As heterotopias**. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

GILLESPIE, Tarleton. The relevance of algorithms. **Media Technologies**: Essays on communication, materiality, and society. Cambridge, 2013. Disponível em: <http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/1-paper-gillespie.pdf>

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 2012.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica** - Cartografias do desejo. 1996

PICKLER, Maria Elisa Valentim. Web Semântica: ontologias como ferramentas de representação do conhecimento. **Perspectivas em ciência da informação**. Minas Gerais, v.12 n.1, 2007. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/issue/view/27>

Mapeamento, Cenas Digitais, Intersemiótica: o caso Avalanches

Cássio de Borba Lucas

I. Introdução

Em 2000, o lançamento do iPod pode não ter sido o marco mais sintomático de um novo modo de viver a música no século XXI. Na Austrália, o grupo de músicos The Avalanches lançava o resultado de alguns anos de *crate diggin'*¹ pelas lojas de discos usados de Melbourne. Diferentemente da prática de *mashup* que também surgia no começo da década – e que sobrepunha, por exemplo, canções de Limp Bizkit e Papa Roach para que as reconhecêssemos com um sorriso² – os Avalanches desencavaram (*to dig*) sons os mais obscuros e esquecidos para costurá-los em *Since I Left You*, álbum

1. Literalmente, ‘escavação de caixas’. Remete ao procedimento, muito frequentemente conectado aos discursos acerca da música sampleada, de buscar, em caixas esquecidas de lojas de discos de segunda-mão, material que possa ser aproveitado enquanto *sample*.

2. Cf. a obra de Girl Talk, projeto do americano Greg Michael Gillis: https://www.youtube.com/watch?v=v_DojWV09vI. Reynolds (2011, pp. 358-9) critica o caráter de pilhéria musical do *mashup*, ao qual faltaria uma “mais-valia musical”.

que garantiu seu lugar na história do sampleamento³. Precedido, em termos de música pop, somente por *Endroducing...*, do DJ Shadow – embora se conecte, em termos mais gerais, à linhagem de Pierre Schaffer e mesmo Paul Hindemith⁴ – o disco afirmou com vitalidade inédita a forma ‘álbum-*patchwork*’, partindo de uma miríade de *samples* recortados de músicas de todas as épocas, filmes, seriados, discos de *stand-up comedy* e assim por diante.

Since I Left You fez barulho. Vendendo, à época, 600 mil unidades, o álbum é hoje incensado como um dos melhores discos australianos de todos os tempos⁵. Nos (muitos) anos seguintes, os Avalanches prometeriam inúmeras vezes seu retorno com um novo álbum⁶. Este só seria lançado 15 anos depois, em julho de 2016, para o fris-

3. Entendido por Katz (2010, p. 147) como “uma forma de empréstimo musical em que uma porção de uma gravação é incorporada em outra”, Kvifte (2007, tradução livre) problematiza três acepções que se confundem frequentemente no conceito de sampleamento: o processo de digitalização de um sinal analógico; a utilização de “instrumentos sampleadores” que simulam os sons de outros instrumentos (um teclado capacitado a soar como violino etc.); e a inclusão de parte de um registro fonográfico existente. No caso dos Avalanches, cabem as definições 1 e 3.

4. Schaeffer é o inventor da música acusmática, em que sons registrados são desligados de suas fontes para uma “escuta reduzida”. Este aspecto fundamental à música fonografada do século XX foi teorizado por muitos, entre os quais Michel Chion (1995), muito ligado a Schaeffer, com seu conceito de objeto sonoro, e Murray Schafer (1997), com seu conceito de ‘esquizofonia’. Paul Hindemith é tido como um dos primeiros a explorar a própria materialidade da música gravada, ao invés de remetê-la a uma representação – ainda na era do disco (cf. KATZ, 2010, pp. 109-123).

5. Conforme a lista do crítico John O’Donnell (2010). Levin atribui-lhe o status de álbum “mítico” (LEVIN, 2014, n.p.), e o *The Daily Telegraph* o considera como o sexto álbum mais influente da história da Austrália.

6. A linha do tempo em https://www.reddit.com/r/theavalanches/comments/4m5a49/timeline_of_wildflower/ é bastante compreensiva.

son generalizado das comunidades online de fãs. Nos meses precedentes, a questão: seriam os anúncios recentes finalmente verdade? A própria publicidade (no *Facebook* e *Twitter*, nos pôsteres e até numa *hotline*⁷) em torno do disco mereceu escrutínio dos impacientes internautas. Entre outros fenômenos, foi interessante a tentativa de, a partir dos nomes das faixas que já haviam sido divulgadas, prever os *samples* utilizados e o resultado final, usando softwares de edição (de mesma natureza dos utilizados pelos membros do grupo). A partir do lançamento efetivo de *Wildflower*, iniciaram-se também o *sample hunting* e as produções amadoras baseadas no material do álbum, a que voltaremos.

Como abordar este fenômeno comunicacional? Argumentaremos que a “cena” produzida pelos Avalanches, ou melhor, a cena que é o fenômeno Avalanches – e cujos termos tentaremos compreender exclusivamente no interior de uma esfera dialógica específica – é indissociável das redes digitais como o *Reddit* e o *Vimeo*, das resenhas de críticos e comentários de fãs etc.: em suma, de toda uma ordem de apreciação coletiva (HJELMSLEV, 1991, p. 65) e de interpretantes de diferentes níveis (PEIRCE, 2012, p. 53-54). A própria música de *Wildflower* não pode ser compreendida, do ponto de vista que propomos, fora dessas conexões de diálogo e tradução. Contra qualquer concepção de uma música pura (que remete às ideias de

7. Um cartaz de filme anunciava, no centro de Sidney, um suposto documentário sobre o grupo e os motivos para a incompreensível postergação do segundo disco. Nele, se encontrava um número de telefone (equivalente a nossos 0800). Discando-o, podia-se ouvir um *snippet* da faixa “Subways” que – hoje é sabido – integra o álbum.

Nietzsche, Adorno e principalmente Schopenhauer⁸), os Avalanches são a própria profanidade: nesse sentido, trata-se de um fenômeno indissociável dos *samples* que utilizam, das considerações coletivas que sua música engendra, em suma, de elementos que propomos pensar junto à ideia de cybercena (AMARAL, 2007) como uma semiótica maquínica propriamente comunicacional.

Uma cybercena, por sua reconhecida indissociabilidade do aspecto técnico (AMARAL, 2007, p. 24), situado em um mesmo nível imamente aos aspectos significantes, nos remete ao funcionamento de uma máquina abstrata que produz os sentidos codificados da cybercena por meio de relações intersemióticas que se atualizam como significação. Máquinas⁹ tem partes, associam e produzem. Nosso objetivo, inspirados também no sentido pelo qual compreendemos a proposta de Soares e Janotti (2015, p. 11), é diagramatizar uma máquina que conecta elementos intertextuais e intersemióticos heterogêneos¹⁰ para produzir sentido, sem recurso a um extra-linguageiro preexistente ou transcendental.

Ressaltemos que o funcionamento desta máquina de comunicação é inspirado em uma semiótica maquínica que se depreende de Deleuze e Guattari (2002). Máquina esta que circula e processa –

8. Discutimos a natureza intersemiótica da música por oposição à ideia de uma linguagem pura, etérea, transparente etc. (LUCAS; SILVA, 2015).

9. O técnico ou tecnológico é somente um elemento dessa máquina que pode conectar instâncias humanas e não-humanas, semióticas significantes e a-significantes (LAZZARATO, 2010): “tanto natural quanto artificial”, trata-se da “unidade do homem com a natureza” (DELEUZE; GUATTARI, 2002, p. 94).

10. A máquina é um agenciamento heterogêneo porque simultaneamente técnico, material e semiótico; atual e virtual (LAZZARATO, 2010, p. 73).

como também nos diagramas de fluxos de informação (KITTLER, 2016, p. 92) desenvolvidos por Kittler (1990) – intertextos, por meio de cuja análise podemos ir para além do aspecto transmissivo da significação. Uma tal máquina abstrata intertextual e intersemiótica deve ser entendida também – este o gesto dinamizador pós-estruturalista – em seu movimento processual desconstrutivo que funda e refunda as regularidades e codificações de significação. A este movimento pré-sentido Kristeva (1974, 2012) dá o nome de genotextualidade, que é o motor da processualidade produtiva da significância. A processualidade genotextual da significância já inclui a significação e a transmissão fenotextual representativa. No âmbito desta fenotextualidade codificada, porém, só podemos identificar os rastros sígnicos do aspecto, na verdade, disseminativo da comunicação (que não só representa, mas espalha e transcria o sentido).

Propomos, assim, pensar a cybercena The Avalanches como uma máquina intersemiótica que conecta instâncias heterogêneas da comunicação (as músicas, os intertextos sampleados e restituídos pelo *sample hunting*, as interpretações dos ouvintes, dos críticos, as produções baseadas no álbum que pululam na internet etc.). O foco no aspecto relacional, dialógico, desta máquina quer dar a ver não uma significação acabada, mas um movimento, imanente a este diagrama, de significância.

Procuraremos, no que segue, apresentar a perspectiva teórica articulada ao longo de nossa pesquisa¹¹ para, num segundo momento, indicar as primeiras pistas a que nos remete o caso Avalanches para o pensamento de uma genotextualidade da música, ou ‘genomusicalidade’, que, como instância de disseminação, contágio e diferenciação da linguagem, perturba as codificações fenomusicais por meio de um trabalho produtivo¹² sobre a materialidade da comunicação.

2. Dialogismo, intertextualidade e intersemiótica: por uma investigação da significância da música

O estabelecimento de uma perspectiva dialógica de pesquisa sobre a comunicação e, mais especificamente, sobre a música, exigiu a revisão de uma série de conceitos associados a esta noção originalmente bakhtiniana. Embora não se tratem necessariamente de revisores diretos da teoria do dialogismo (BAKHTIN, 1997, 2012), propomos problematizar Bakhtin e a questão muito discutida da intertextualidade da música com as teses sobre a textualidade (Barthes e Kristeva) e a tradução intersemiótica (Peirce, Jakobson e Plaza) e transcriativa (Haroldo de Campos), como numa grande linhagem de

11. Este texto é um ensaio de aproximações conceituais entre, de um lado, as noções de cena, cybercena e a questão dos mapeamentos da música pop e, de outro, o bloco teórico pesquisado para a dissertação de mestrado *Da intertextualidade à intersemiótica da música*, desenvolvida dialogicamente no GPESC (Grupo de pesquisa semiótica e culturas da comunicação), no âmbito do PPGCOM-UFRGS. Este diálogo parece nos conduzir no rumo de uma consideração maquínica da música, como tentamos explicitar ao longo do texto.

12. No sentido de uma ‘produção irreduzível ao produto’ que Kristeva (2012, pp. 240-241) e Lazzarato (2010, 42-47) vislumbram em Marx.

autores que refletiram dialogicamente sobre a natureza da linguagem e da comunicação apontando para sua lógica de significância.

O conceito bakhtiniano de dialogismo, ao qual a literatura sempre reserva o ponto de origem da intertextualidade¹³, pode ser compreendido a partir da distinção que o autor fazia entre discursos monológicos e dialógicos. Parece-nos preferível nomear o primeiro tipo de discurso ‘monologizante’, posto que, pondo a sociabilidade da linguagem por sob a figura e o nome de um autor único, trata de invisibilizar o caráter essencialmente dialógico da comunicação em prol de uma consciência¹⁴ unívoca. O dialogismo não é um fenômeno localizado: “o discurso [...] é por natureza dialógico” (BAKHTIN, 2012, p. CCXV). Daí a irrelevância de trabalhos que apontam para o caráter dialógico em seu objeto de análise, para concluir: ‘eis aqui um dialogismo’. Este é, ao contrário, “característica essencial da linguagem e princípio constitutivo, muitas vezes mascarado, de todo discurso. O dialogismo é a condição do sentido do discurso” (BARROS, 1999, p. 2). A citação extensa de Bakhtin é esclarecedora:

Um membro de um grupo falante nunca encontra previamente a palavra como uma palavra neutra da língua, isenta das aspirações e avaliações de outros ou despovoada das vozes dos outros. Absolutamente. A palavra ele a recebe da voz de outro e repleta de voz de outro. No contexto dele, a palavra deriva de

13. MOI, 1986, p. 34; SAMOYAULT, 2008, p. 15; MOTTA, 2011, p. 197; etc.

14. A aquisição da consciência individual aparece como uma monologização do discurso dialógico: “como o corpo se forma inicialmente dentro do seio materno (corpo), assim a consciência do homem desperta envolvida na consciência alheia” (BAKHTIN apud LEMOS, 1999, p. 39).

outro contexto, é impregnada de elucidações de outros. O próprio pensamento dele já encontra a palavra povoada (BAKHTIN, 2012, p. CCLXIX).

Interessa-nos, em Bakhtin, o reconhecimento deste dialogismo como “fundo perceptivo” mesmo da “atividade mental”: “aquele que apreende a enunciação de outrem não é um ser mudo, privado da palavra, mas ao contrário um ser cheio de palavras interiores”. O que se ouve, lê, compreende – de uma perspectiva dialógica – é sempre “mediatizado [...] pelo discurso interior”. “A palavra vai à palavra” (BAKHTIN, 1997, p. 147).

Isto que Bakhtin postulou, a partir de sua análise da palavra “polifônica” de Dostoiévski, em que as vozes do autor e dos personagens são “plenivalentes” (BAKHTIN, 2012, p. XVII), para o caso da literatura, parece-nos valer também não só para a música¹⁵, mas para o todo da comunicação. Nesta direção também nos remeterá a obra de Genette (1989), autor que trabalhou, igualmente partindo do território da literatura, o conceito de transtextualidade.

O estudioso francês especifica que o objeto da poética, diferentemente do da crítica, não é o texto considerado em sua singularidade, mas a “transcendência textual”, que chama de transtextualidade (GENETTE, 1989, p. 9), e que definiu como “tudo que põe o texto em relação, manifesta ou secreta, com outros textos” (GENETTE, 1989, p. 10).

A intertextualidade é tomada por Genette em sentido mais estrito que a maior parte das teorizações sobre o conceito. Reserva-lhe o lu-

15. Um desenvolvimento da ideia de música e intertextualidade, baseado principalmente no dialogismo bakhtiniano, pode ser vislumbrado no texto, com tendências classificatórias, de Lopez-Cano (2007).

gar de subcategoria do conceito mais amplo que é a transtextualidade. Uma relação entre textos é de intertextualidade somente quando se trata da “copresença entre dois textos ou mais”, ou da “presença efetiva de um texto em outro”, que pode se dar de três formas: a mais evidente é a da citação; a forma “menos explícita e canônica”, o plágio; a mais sutil e “menos literal” (GENETTE, 1989, p. 10), a alusão. O segundo tipo de transcendência textual é a “paratextualidade”: trata-se de todo texto que rodeia a obra, associando-se a ela como que por contiguidade. Paratextos podem ser títulos, subtítulos, “intertítulos, prefácios, epílogos, advertências, prólogos, etc.; notas de margem, de pé de página, finais; epígrafes; ilustrações” (GENETTE, 1989, p. 11) etc. Com este último exemplo, vê-se a natureza não necessariamente verbal do intertexto já em Genette, e também a independência de questões de ‘origem’.

O terceiro tipo de transtextualidade é a “metatextualidade”, geralmente conhecida simplesmente como comentário ou crítica, que “une um texto a outro que fala dele” (GENETTE, 1989, p. 13). O quinto tipo de transtextualidade é a “arquitextualidade” (GENETTE, 1989, p. 13-14), que une um texto a seu “estatuto genérico”, ou seja, a uma forma literária (poesia, ensaio, romance, novela etc.). A quarta categoria transtextual é aquela à qual se dedica fundamentalmente o livro de Genette (1989): a “hipertextualidade”, que une um “hipertexto” (cronologicamente posterior) a um “hipotexto” “anterior”. Funciona por “derivação”, por “enxerto” (GENETTE, 1989, p. 14), em suma, por transformação.

A exímia categorização de Genette, que costuma ser compreendido como um articulador mais minucioso e restrito da noção de

intertextualidade, acaba funcionando, para nossos propósitos (investigação da intertextualidade da música¹⁶), como uma expansão: não se pode ignorar a possibilidade de uma paramusicalidade, uma arquimusicalidade etc. O mais interessante, contudo, é a indicação, cuja dimensão diminuta não tolhe consequências teóricas notáveis, da existência de uma ‘transtextualidade para além do texto’: o caráter “hiperestético”.

Señalando o recordando el carácter universal de las prácticas hiperestéticas, no preconizo en modo alguno una extrapolación a todas las artes de los resultados - si los hay - de una investigación sobre la hipertextualidad [literária]. Sino más bien una serie de investigaciones específicas concernientes a cada tipo de arte, en las que los paralelismos o convergencias eventuales no deberían en ningún caso ser postulados *a priori*, sino observados *a posteriori* (GENETTE, 1989, p. 487).

Esse estudo das convergências entre artes e linguagens distintas já nos conecta à questão da intersemiótica, de cuja perspectiva o importante não é a compreensão do significado dos fenômenos comunicacionais, mas as traduções entre diferentes sistemas sígnicos. O autor que inaugura esta perspectiva é Jakobson (S/D, p. 63-72) que,

16. Dentre aqueles que trabalharam as teses de Genette no rumo de uma intertextualidade (ou transtextualidade) da música, destacamos os trabalhos de Serge Lacasse (2000, 2008). O autor canadense se ocupa, especificamente, da música popular registrada. Forja, neste contexto, a noção de “transfonografia” para “propor um modelo teórico que possa dar conta”, “no interior de um quadro que seja flexível e operatório”, das diferentes “estratégias de empréstimo, transformação ou derivação” havidas “no repertório da música popular registrada” fonograficamente (LACASSE, 2008, p. 11).

em texto clássico de 1959, discute a questão da significação e sua referencialidade, e a conexão da significação com a tradução.

O significado de uma proposição, afirma, não é o seu referente: não há uma ligação entre o significante ‘Jakobson’, por exemplo, e a ‘coisa’ ou pessoa ‘real’ Jakobson. “O significado de qualquer palavra ou frase é decididamente um fato linguístico – ou, para sermos mais precisos e menos restritos – um fato semiótico”. Substitui, assim, a significação como designação simples da ‘coisa’ pela concepção de que “o significado de um signo linguístico não é mais que sua tradução por um outro signo que lhe pode ser substituído”, “especialmente um signo ‘no qual ele se ache desenvolvido de modo mais completo’, como afirmou Peirce” (JAKOBSON, S/D, p. 64).

Se a significação é, portanto, questão de tradução, o autor distingue três modos de traduzir ou interpretar estes signos: (1) tradução intralingual ou interpretação dos signos verbais por meio de outros signos da mesma língua, (2) tradução interlingual ou interpretação dos signos verbais por meio de alguma outra língua e (3) tradução inter-semiótica ou interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não-verbais (JAKOBSON, S/D, p. 64).

O próprio funcionamento “cognitivo” da linguagem, afirma, “não só admite mas exige a interpretação por meio de outros códigos, a recodificação, isto é, a tradução” (JAKOBSON, S/D, p. 70). Estabelece-se, assim, um tipo de primazia da tradução na discussão dos processos de significação. O interessante é que, reconhecendo pioneiramente a ideia de uma tradução intersemiótica, o autor russo aponta para a importância das especificidades dos códigos envolvidos na significação e

como estes informam¹⁷ o que virá a ser entendido como seus ‘objetos’. Os diferentes códigos ou linguagens “diferem essencialmente naquilo que *devem* expressar, e não naquilo que *podem* expressar”.

É necessário, para analisar passagens entre a música e outros sistemas de signos, atentar para as implicações que cada código impõe para a expressão (e a criação) de um processo de significação. O que a literatura expressa, por exemplo, não será o mesmo que a música, mesmo se a relação for explícita (a *Metamorfose* de Kafka, por exemplo, em tradução musical de Michael Levinas (2011), não seria uma livre musicalização do conteúdo do livro, mas um diálogo de códigos: um tipo de literalização da música, ou mesmo, neste caso, uma ‘insetificação’ flagrada principalmente nos timbres vocais).

Ao gesto inaugural de Jakobson (que já recupera e insere Peirce como sustentáculo desta proposta), acrescentaríamos, como parâmetros fundamentais de um pensamento intersemiótico, as teses de Julio Plaza, que identifica plenamente a semiose à tradução intersemiótica. O autor propõe reconhecer que “não existem sentidos departamentalizados, mas sinestesia como inter-relação de todos os sentidos” (PLAZA, 2008, p. 46)¹⁸.

A tradução intersemiótica, intersensorial e intermediática é o próprio decorrer relacional da semiose:

17. No sentido de ‘dar forma’.

18. Esta discussão remete a uma rica bibliografia sobre esta ‘departamentalização’ dos sentidos, ligada tanto a Marx (2009, p. 49), para quem “a formação dos cinco sentidos é um trabalho da história inteira do mundo até o presente”, quanto a McLuhan (1964), que via nos meios e tecnologias de comunicação uma função de reequilíbrio da razão havida entre os sentidos.

Antes de se referir a alguma coisa que está fora dele [...], cada código ou meio referencia-se a um outro código que está embutido nele de forma virtual. Enquanto a linguagem visual figurativa, por exemplo, antes de referir-se ao real, referencia-se com códigos de representação, a linguagem verba escrita, por seu lado, referencia-se com o próprio código visual e [...] com o código oral do qual é tradução (PLAZA, 2008, p. 47).

O interesse de Bakhtin no dialogismo de vozes plenivalentes em toda voz, de Jakobson nas traduções entre sistemas de signos de natureza distinta, e de Plaza (2008, p. 46) nas passagens “entre os sentidos, meios e códigos” pode ser coadunado ainda com o de Kristeva naquilo que – revisando suas teses sobre a intertextualidade (1974, p. 59) – chamou de “transposição”:

porque este termo [de ‘intertextualidade’] foi frequentemente entendido no sentido banal de ‘crítica das fontes’ de um texto, nós preferimos aquele de *transposição*, que tem a vantagem de precisar que a passagem de um sistema significante a outro exige uma nova articulação do tético – da posicionalidade enunciativa e denotativa¹⁹ (KRISTEVA, 1974, p. 60).

Toda prática significante, portanto, é entendida como um “campo de transposições de diversos sistemas significantes (uma intertextu-

19. No original, “puisque ce terme [intertextualidade] a été souvent entendu dans le sens banal de ‘critique des sources’ d’un texte, nous lui préférons celui de *transposition*, qui a l’avantage de préciser que le passage d’un système signifiant à un autre exige une nouvelle articulation du thétique – de la positionalité énonciative et dénotative”.

alidade)” cujo “lugar de enunciação e objeto não são jamais únicos, plenos e idênticos a si mesmos, mas sempre plurais”, resultando de uma “polivalência semiótica”, uma “pertença a diversos sistemas semióticos” (KRISTEVA, 1974, p. 61). Mas o interesse de Kristeva é, mais especificamente, como se lê na citação acima, sobre a função de rearticulação destas passagens. A intertextualidade e a transposição aparecem, portanto, como ferramentas e balizas teóricas para uma investigação que não se dirá mais do âmbito da significação estanque, mas voltada para o processo de significância²⁰. Para analisar este processo, Barthes e Kristeva propunham pensar a intertextualidade como um “campo metodológico” (BARTHES, 1989, p. 57) em que se cruzam “superfícies textuais, um diálogo de diversas escrituras” (KRISTEVA, 2012, p. 140).

Kristeva distingue, no interior do processo de significância, entre fenotextos codificados e uma genotextualidade movente da qual as aparições fenotextuais são somente o rastro, as paradas identitárias. Apto a transmitir, por associações convencionais, uma mensagem de um emissor a um destinatário, o fenotexto é tomado como a faceta superficial (KRISTEVA, 2012, p. 283) da comunicação, ao mesmo tempo em que invisibiliza a diferenciação genotextual. Esta virá sempre a insistir sobre as regularidades de significação por meio de um trabalho acentrado de transposição no nível das materialidades da comunicação.

20. Se a citação se refere ao aspecto de rearticulação da matriz “tética” e sua “posicionalidade” enunciativa e denotativa, termos tomados a Husserl, preferimos apresentar a significância, processo-motor da comunicação, a partir da distinção entre feno e genotextualidade.

Com esta proposta de dinamização ligada à perspectiva pós-estruturalista da significância, pode-se conceber nosso campo de trabalho como uma intersemiótica (dialógica, tradutória, intertextual) da música, em cujas passagens pretendemos analisar uma genômicalidade (de produção e transformação do sentido fenomusical acabado) que se opera, pela própria linguagem, em uma ordem inconsciente (KRISTEVA, 2012, p. 19). Em face do exposto, a questão se torna como configurar um estudo de caso.

No diálogo com a noção de cybercena, com sua ênfase na indissociabilidade do aspecto técnico, propomos partir deste nível de ‘apreciação coletiva digital’, voltando ao álbum *Wildflower* e aos outros textos a que estes são ligados (pela prática do *sample hunting*) para mapear uma produtividade genômical sem centro emissor.

3. The Avalanches: a significância maquínica da música entre *Wildflower*, os samples e a experiência musical

Tomando como objeto de análise o disco *Wildflower*, não deixamos de distinguir nele duas facetas da significância que o constituem simultaneamente. Enquanto objeto acabado, produto de música e superfície de comunicação, podemos defini-lo (sem deixar de retomar, enquanto princípio metodológico, a noção de plenivalência de vozes) pelo texto de um crítico²¹: é um álbum “nota 8,5”, de “música que é aberta, receptiva, suave, gentil” e que, aliás, custa oito dólares.

21. Fonte: <<http://pitchfork.com/reviews/albums/22065-wildflower/>>. Acesso em 28 abr. 2018.

Mas um fenotexto atualizado deste gênero, e também qualquer outro interpretante de uma mente individual, será entendido como somente um rastro da genotextualidade que excede esta primeira faceta, e que se caracteriza, como vimos, por um trabalho e uma produtividade (para além e aquém da representação). No desdobramento da semiose de *Wildflower* – que não se faz *per se*, mas sempre em encontros, em conexões maquínicas (que produzem) – podemos pensar em um mesmo campo metodológico uma série de instâncias que, por suas relações intersemióticas, podem nos conduzir para além dos seus sentidos fenotextuais atualizados.

Partiremos, inevitavelmente, de algumas destas atualizações fenotextuais que recortam ‘instantâneos’ no fluxo genotextual; especificamente, fenotextualidades da ordem da experiência musical de indivíduos que aparecem na apreciação coletiva da significação do álbum. Ora, de outro lado, parte importante do que se discute acerca de *Wildflower* é relativo não só à experiência musical ou a avaliações em parâmetros estéticos a priori (“nota 8,5”), e tampouco limitado a revistas especializadas, quer impressas ou digitais: referimo-nos ao que se manifesta no interior da ‘cybercena The Avalanches’.

Esta se constitui das interações dialógicas de textos das redes sociais (em nosso recorte, o movimentado *subreddit/theavalanches*²² e o fórum de discussão do site oficial do grupo²³). Neste âmbito, o foco do debate muitas vezes está na prática de *sample hunting* a que já aludimos. Esta prática aparece como um tipo de fenômeno

22. Fonte: < <https://www.reddit.com/r/theavalanches/>>. Acesso em 28 abr. 2018.

23. Fonte: < www.theavalanches.com/forum/>. Acesso em 28 abr. 2018.

reverso da produção de *Wildflower*: se os Avalanches vasculham (*crate diggin'*) lojas, sebos, etc. em busca de sons para samplearem em suas músicas, os internautas *sample hunters* se debruçam sobre a questão das origens dos samples utilizados no álbum.

O caso de *Since I Left You*, primeiro disco da banda, é exemplar neste sentido. Ao longo dos quinze anos que se passaram desde seu lançamento, o álbum foi ‘destrinchado’ minuciosamente por melômanos e internautas que se colocaram – tantas vezes, possivelmente, quanto há samples no álbum – a questão: que som é esse? De onde o tiraram? Levando a cabo um tipo de força-tarefa coletiva de restituição intertextual, muitas respostas apareceram. O esquema abaixo, a título de ilustração, dá conta de alguns dos samples identificados que fazem parte do primeiro 1min30s de *Since I Left You*.

Restituição intertextual coletiva	Elementos do faixa musical “Since I Left You” (1min30s)
Daddy Rich, trilha do filme Car Wash	Música disco e ruídos humanos
Anema e core, de Tony Mottola	Dedilhado de violão ‘clássico’
Younger than springtime, do musical de Rodgers & Hammerstetin South Pacific	Coro
The The sky is the limit, dos The Duprees	Coro feminino
Take off your makeup, de Lamont Dozier	Bateria
Registro verbal do filme <i>Club Med</i>	Frase ‘get a drink, have a good time’
<i>Everyday</i> , do The Main Attraction	Verso ‘Since I left you’
<i>The Latin Hustle</i> , de Klaus Wunderlich	Sintetizador

Evidentemente, muitos samples permanecem desconhecidos, porém o caráter coletivo dessa empreitada (que nunca poderia ser levada a cabo por um único sujeito) já manifesta uma novidade em relação a um modo de escuta individual, clássico²⁴. O interessante, para nossos propósitos, é notar que, com o *sample hunting* como elo, temos, já, três instâncias intersemióticas de desdobramento de *Wildflower*: a) o próprio álbum, b) os interpretantes (majoritariamente verbais) que aparecem nos comentários e críticas como experiência musical e c) os samples restituídos pela inteligência coletiva manifesta no *Sample Hunting*. Adicione-se a isto uma quarta instância, que são as chamadas (por ausência de termo melhor²⁵) ‘produções amadoras’ despejadas, desde o lançamento do álbum e baseadas no seu material, na internet (em sites de compartilhamento de arquivo e, alguns, no Vimeo). Trata-se de *remixes* e novas versões das músicas do disco, imagens ilustrativas (versões para a capa do disco, etc.), mas também, e mais interessantemente, vídeos para estas músicas, em geral somando ainda mais retalhos da cultura pop a esta máquina já caleidoscópica de referências.

Nas poucas linhas que nos restam, tentaremos indicar um primeiro diagrama de relações insinuadas entre estas quatro²⁶ ins-

24. Cf. IAZZETA, 2009.

25. Como já dissemos, deve haver, no campo intersemiótico considerado, uma plenivalência de vozes, em que, como as vozes no Dostoiévski de Bakhtin, não há hierarquização ou voz centralizadora. Assim, tanto faz que seja a banda, o crítico, o ouvinte ou o amador quem assina os signos aqui analisados. Pois não é o autor – dizia Barthes (1989, p. 50) – mas a própria linguagem que fala e se desenrola numa semiose disseminadora.

26. Número provisoriamente limitado somente pelo escopo deste trabalho.

tâncias intersemiótica, que, uma vez “preenchidas”²⁷ – como dizia Barthes acerca da necessidade de trabalhar a intertextualidade não como coexistência pós-moderna de sentidos, mas como atravessamento e positividade disseminativa – podem apontar para um trabalho de produtividade sobre a significação que se dá na ordem de uma genotextualidade ainda não tornada consciente. Apontaremos para a primeira estruturação que fizemos em um estudo de caso da canção *Sunshine*, faixa 9 de *Wildflower*. Abrindo-a enquanto campo metodológico, teremos as seguintes intertextualidades fenotextuais.

Fenotexto 1²⁸. Descrição pessoal de *Sunshine* feita por um membro dos Avalanches. O texto fala em como “ela começa como uma canção muito contente e feliz, mas há um *twist* na história”: “alguém tendo seu sol levado embora, seus céus se tornaram cinza”. Trata-se de um texto verbal com um caráter narrativo.

Fenotexto 2²⁹. Descrição pessoal de *Sunshine*. Descrição verbal, de caráter narrativo, mas também tradutória de códigos imagéticos. Aponta para a narrativa da letra da música: “then you went away [...]”, “turning my blue skies grey”. Ênfase em uma virada dramática da música, que relataria o rompimento de um casal, e que seria reforçada por sons de trovões e chuva.

27. Kristeva (2012, p. 252) falava também em uma “aplicação” de conjuntos intertextuais.

28. <http://www.abc.net.au/triplej/musicnews/s4492761.htm>

29. https://www.reddit.com/r/theavalanches/comments/4pquwd/so_sunshine_is_a_sad_song/

Fenotextos 3-7³⁰. *Sample hunting*. Identificação de *Sunshine* a (3) *Leave it all behind me*, da banda The Fuzz, (4) *Canto de Xangô*, de Baden e Vinícius, (5) *Summer*, de Bobby Goldsboro, (6) *Touch*, do Daft Punk, (7) filme *Grease 2*. Vídeo (3) e discussões verbais com referência a estes outros textos da cultura pop.

Fenotexto 8³¹. **Vídeo para *Sunshine*.** Justaposição da música com imagens, fragmentos da cultura pop vindos de diversas fontes televisivas, de vídeo, cinematográficas etc.

Se tomarmos o fenotexto 2 como ponto inicial de significação, nosso foco se voltará, na música do álbum, para o momento específico da virada dramática mencionada (nosso recorte será, portanto, a passagem de 1:00 a 2:00 da canção). Para descrevê-lo dialogicamente, seria necessário passar, além desta aparição que menciona a letra e os efeitos de tempestade, também pelos samples utilizados nesta seção. Trata-se do *Canto de Xangô* (1968) e de *Leave it all behind me* (1971). Nestas relações, já aparecem certas contradições que, ao invés de serem evitadas, apontam justamente para o caráter

30. *Leave it all behind me*: <https://www.youtube.com/watch?v=A7-F6Lvw2M4>
Canto de Xangô: https://www.reddit.com/r/theavalanches/comments/50bdyz/new_thoughts_on_sunshine/
Bobby Goldsboro: <http://www.abc.net.au/triplej/musicnews/s4492761.htm>
Daft Punk: https://www.reddit.com/r/theavalanches/comments/4nqhmV/daft_punk_sampled_in_sunshine/
Grease 2: <http://www.whosampled.com/sample/437002/The-Avalanches-Sunshine-Grease-2-Mr.-Right/>

31. <https://vimeo.com/178511834>

produtivo desta máquina de significância, que reformula os sentidos codificados tanto dos samples utilizados quanto da própria música a que se retorna depois. O *Canto de Xangô* é uma invocação religiosa, enquanto *Leave it all behind me* é um solilóquio em que um desiludido tenta se convencer a abrir mão de seu amor.

Além disso, pode-se passar, neste “espaço de posições retornáveis e combinatórias, o espaço da significância” (KRISTEVA, 2012, p. 278), ainda à representação audiovisual do fenotexto 8. No recorte proposto, o vídeo vai acrescentar ao nosso ‘campo de atravessamento’, primeiro, sobre a seção com o *Canto de Xangô*, imagens com efeito de submersão aquática a) de skatistas em formações caleidoscópicas, sampleadas do filme *Lords of Dogtown*, b) de um casal de meninas se beijando, sampleadas do filme *Azul é a cor mais quente*, c) de um rapaz nu (debaixo d’água); em segundo lugar, na seção com *Leave it all behind me*, imagens a) de Beavis and Butthead (personagens de desenho animado americano da MTV) caminhando nas ruas, b) de moças dançando nas ruas com c) uma camada de fogo sobre elas.

Torna-se evidente a multiplicidade de vozes que uma análise intersemiótica deve atravessar para apresentar o inesgotável movimento de significância em que se desdobra o álbum *Wildflower* se considerado como um tipo de máquina produtiva significativa e a-significante. Esta máquina conjuga fenotextualidades distintas e aparelhos de todo tipo, desde a fonografia até as redes digitais, conectando o humano e o não-humano por meio da música. É sobre estas conexões que a continuidade de nossas análises deverá se debruçar, apontando para os efeitos maquínicos de uma genomusi-

calidade que reformula as codificações fenomusicais. Para isso, se aproveita, por exemplo, dos caracteres do Canto de Xangô em um procedimento de ressonância formal com imagens à primeira vista disparatadas, mas cuja associação é efetivada por um trabalho pessoal sobre a linguagem, exprimindo a potência de diferenciação de todas as instâncias agenciadas pela máquina. Que novas regularidades são identificadas? Para que rearranjos da nossa relação com a música as configurações materiais mapeadas no percurso de significância apontam? Parece-nos que os arquivos da música pop clamam eles próprios por uma compreensão maquínica do que seja sua cena.

Referências

AMARAL, A. **Cybersubculturas e cybercenas: explorações iniciais das práticas comunicacionais electro-goth na Internet.** Revista FAMECOS, nº 33. Porto Alegre, agosto de 2007.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem.** São Paulo, SP: Hucitec, 1997

BAKHTIN, M. **Problemas na poética de Dostoiévski.** Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/110785421/Problemas-na-poetica-de-Dostoiévski>. Data de acesso: 25/01/2012.

BARROS, D. L. P. ; FIORIN, J. L. (Orgs.) **Dialogismo, polifonia, intertextualidade.** São Paulo, SP: Edusp, 1999.

BARTHES, Roland. **The death of the author.** In: *The rustle of language.* Berkeley, EUA: University of California Press, 1989.

CHION, Michel. **Guide des objets sonores : Pierre Schaeffer et la recherche musicale.** Paris, França: Bhuçet/Chastel, 1995

DELEUZE, G. GUATTARI. **Mil Platôs (vol. 1-5).** São Paulo, SP: Editora 24, 2002.

GENETTE, G. **Palimpsestos – la literatura em segundo grado.** Madrid, Espanha: Taurus, 1989.

HJELMSLEV, L. **Ensaio lingüísticos.** São Paulo, SP: Perspectiva, 1991.

IAZZETA, F. **Música e mediação tecnológica.** São Paulo: Perspectiva, 2009.

KATZ, M. **Capturing sound: how technology has changed music.** Berkeley, EUA: University of California Press, 2010.

KITTLER, F. **Discourse Networks 1800/1900.** EUA: Stanford University Press, 1990.

KITTLER, F. **Unpublished preface to Discourse Networks.** Grey Room, N. 63. Massachusetts, EUA: MIT Press, primavera de 2016, pp. 90-107.

KRISTEVA, J. **La révolution du langage poétique.** Paris, França: Éditions du Seuil, 1974.

KRISTEVA, J. **Introdução à semanálise.** São Paulo, SP: Perspectiva, 2012.

KVIFTE, T. **Digital sampling and analogue aesthetics.** 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/234037742_Digital_sampling_and_analogue_aesthetics

LACASSE, S. **Intertextuality and hypertextuality in recorded popular music.** In: TALBOT, M. (Org.) *The Musical Work: Reality Or Invention?* RU: Liverpool University Press, 2000.

LACASSE, S. **La musique pop incestueuse: une introduction à la transphonographie.** In: Circuit : musiques contemporaines, vol. 18, n° 2, 2008, p. 11-16.

LAZZARATO, M. **Signos, máquinas, subjetividades.** São Paulo, SP: SESC, 2010.

LÓPEZ CANO, R. **Música i intertextualitat.** In: Revista Musical Catalana, Suplement ESMuC 18, 2007, pp. 4-6.

LE MOS, C. **A Função e o destino da palavra alheia.** In: BARROS, Diana L. P.; FIORIN, José L. (Orgs.) *Dialogismo, polifonia, intertextualidade.* São Paulo, SP: Edusp, 1999.

LUCAS, C. B.; SILVA, A. R. **A constituição intersemiótica da música.** In: Alexandre Rocha da Silva; Regiane Nakagawa. (Org.). *Semiótica da Comunicação* 2. 1ed.: , 2015, v. , p. 107.

MARX, K. **Economic and philosophic manuscripts of 1844.** Disponível em: <<https://www.marxists.org/archive/marx/works/download/pdf/Economic-Philosophic-Manuscripts-1844.pdf>>. 2009. Acesso em: 06/04/2016

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo, SP: Cultrix, 1964.

MOI, T. (Org.) **The Kristeva reader.** Nova Iorque, EUA: Columbia University Press, 1986.

MOTTA, L. T. **Roland Barthes: uma biografia intelectual.** São Paulo, SP: Iluminuras, 011.

O'DONNELL, J. **100 Best Australian Albums.** Prahran, Austrália: Hardie Grant Books, 2010.

PEIRCE, C. S. **Semiótica.** São Paulo, SP: Perspectiva, 2012.

SAMOYAUULT, T. **A intertextualidade.** São Paulo, SP: HUCITEC, 2008.

SCHAFFER, R. M. **A afinação do mundo**. São Paulo, SP: Editora UNESP, 1997.

SOARES, T.; JANOTTI, J. Pop-Cult-Descolado: A Cultura Pop como dispositivo e maquinário estético-semiótico. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais do Intercom**. São Paulo: Intercom, 2015. v. 1.

Práticas composicionais, micro cenas e o retorno do passado tecnocultural na música eletrônica gaúcha

Marcelo Bergamin Conter

Paola Sartori

O presente artigo é o terceiro de um estudo elaborado pelo primeiro autor, Conter, na condição de pós-doutorando e participante da pesquisa *Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes*. Apresentaremos aqui o resultado de uma pesquisa de levantamento que fizemos com artistas e entusiastas da música eletrônica independente produzida no Rio Grande do Sul nos últimos 5 anos, efetuada através de um formulário online contando com várias perguntas abertas¹, e que foi respondida por 12 pessoas.

As perguntas estão embasadas nos resultados de dois artigos anteriores. O primeiro, *A vaporização da música* (CONTER, 2016a), trata-se de um ensaio com fundamentos teóricos sobre o estado da arte de uma vertente da música eletrônica independente (que envol-

1. As perguntas do formulário podem ser acessadas em <<http://www.poamusicscenes.com.br/wp/wp-content/uploads/2016/09/Formulário-retromania-nostalgia-Formulários-Google.pdf>>, e as respostas, em <<http://www.poamusicscenes.com.br/wp/wp-content/uploads/2016/09/respostas-formulario-retromania-nostalgia.xls>>. Acesso em 17 set. 2016.

ve subgêneros como vaporwave, future funk, synthwave, retrowave, cloud rap, trap, ambient e experimental) e sua crítica ao capitalismo tardio, antropoceno² e aquecimento global, bem como frente às tendências da música pop dos últimos 10 anos (retromania, nostalgia, sampleamento, paródias e memes). Os artistas em questão iniciam a composição predominantemente através de dois métodos diferentes: ou eles tomam como matéria prima samples sonoros retirados do imenso arquivo sonoro e audiovisual da web, e os editam, moldam, deformam e os reconfiguram através de softwares de edição de áudio não-linear, aplicando efeitos de deterioramento; ou eles utilizam softwares atuais que simulam hardwares antigos, para fazerem com que suas peças soem como produto de outras eras (geralmente, soam como se fossem produções dos anos 1980 e 90).

Tais produtos vêm sendo desenvolvidos no mundo todo, mas os artistas tendem a usar pseudônimos, não indicam sua localidade e normalmente não fazem parte de um circuito (não discotecam nem fazem exhibições ao vivo, por exemplo), o que dificulta muito reconhecer cenas locais. Justamente por essa dificuldade, foi por acidente que, ao navegarmos pela web, descobrimos que um dos artistas de vaporwave de renome internacional mora na cidade de Sapucaia, Rio Grande do Sul: VHS LOGOS. A partir dele, fomos descobrindo outros artistas gaúchos, através de pesquisas por palavras-chave, entrevistas, coletâneas e outros arquivos disponíveis na web.

2. O antropoceno é uma teoria que vem sendo debatida recentemente nas humanidades, e que defende que os humanos tornaram-se agentes geológicos, afetando drasticamente o clima e os recursos do planeta Terra (cf. CHAKRABARTY, 2008).

Essa abordagem nos levou a produção de outro artigo, *Arqueologia da mídia na música eletrônica gaúcha* (CONTER, 2016b) no qual um mapeamento da obra de artistas gaúchos contemporâneos que incorporam ou dialogam com o vaporwave e gêneros afins é efetuado. Interessou problematizar como tais artistas tem resgatado a memória tecnocultural de 1980 a 2000, ignorando o legado da música pop gaúcha desse mesmo período e, assim, favorecendo uma arqueologia das imagens que compõem o imenso arquivo disponível na web, reconfigurando a cultura musical local e a memória afetiva das mídias no Rio Grande do Sul.

Concluídos estes dois passos, algumas perguntas surgiram (cf. CONTER, 2016b): (1) Uma vez constatado que a arqueologia da mídia praticada pelos artistas cria uma ponte de contato entre imagens transnacionais globais e locais (cf. SOARES, 2014), quais são os sentidos e sensibilidades afetivas colocadas em jogo nessa relação? (2) Seria possível falarmos de uma cena local, porto alegreense, de arqueologia da mídia na música eletrônica? (3) Se há, seria verificável na materialidade das peças musicais (nos *samples* visuais e sonoros escolhidos)? (4) E na cena sendo desenvolvida em casas noturnas? (5) E, ainda, nas conexões, *collabs*, *mixtapes* e postagens que tais artistas fazem através de seus perfis em redes sociais como Twitter, Tumblr, YouTube, Bandcamp, Soundcloud, Vimeo e tantas outras?

Foi então que percebemos que, para responder a tais perguntas, um levantamento bibliográfico acompanhado de uma reflexão teórica não seria suficiente para dar conta dos desafios apresentados pelas peças musicais. Pelo caráter jovial das peças sonoras (não possuem mais do que cinco anos de existência), há pouca reflexão

acadêmica sobre o assunto, nos restando tomar como embasamento autores que apresentam discussões afins, mas não necessariamente sobre os gêneros de música eletrônica em questão. Apresentaremos a seguir nossas perspectivas teóricas, para em seguida, observar os dados obtidos através dos formulários preenchidos pelos artistas e entusiastas. Nas considerações finais, apresentaremos os resultados que obtivemos no cruzamento dos dados informados pelos participantes com o nosso arcabouço teórico.

Referencial teórico

Para elaborar nosso questionário, partimos do conceito de *agenciamento de baixa definição* (CONTER, 2016c), atualizações do núcleo da música pop ocorridas pelo atravessamento de elementos que lhe são alossemióticos e que podem se expressar através de tecnologias, linguagens, estéticas e políticas. Importa menos definir os subgêneros, e mais encarar a arqueologia da mídia que os artistas efetuam em suas obras como um agenciamento de baixa definição que atravessa diversos territórios da música pop, ressignificando-os. Os modos de funcionamento das obras aqui estudadas não dependem apenas de sujeitos, tampouco ficam à mercê da tecnologia. Elas necessitam é de um amálgama sociotécnico – acoplamentos singulares entre sociedade e aparatos tecnológicos – e de regimes de signos – que politizam o uso da linguagem, gerando, por exemplo, expressões que visam a criar modos de inclusão/exclusão dentro da esfera semiótica da música pop. Por isso, nosso interesse não reside em perguntas do tipo “de onde os artistas arranjam inspiração” e mais

“a partir de quais materiais midiáticos eles partem para iniciar um procedimento composicional”. É aí que arranjos sonoros *sui generis* irão se manifestar, recompondo a esfera semiótica da música pop, predominantemente a partir de uma produção amadora, caseira, e que pouco dialoga ou almeja participar do circuito da música popular massiva (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR, 2006).

Pretendemos aqui aliar estas ideias às teorias referentes à arqueologia da mídia. Zielinski (2006) propõe abordar as mídias aproximando-as da ideia de um tempo profundo. Ao invés de reconhecê-las partindo da reprodutibilidade técnica, sua “[...] arqueologia apela no sentido de manter o conceito de mídia tão aberto quanto possível” (idem, p. 51). Trata-se de um método capaz de esclarecer os regimes de visibilidade e dizibilidade dos amálgamas sociotécnicos através de uma leitura arqueológica similar a que Foucault faz em *Arqueologia do Saber* (1995), mas voltada para a materialidade do aparato midiático. A arqueologia da mídia enfrenta também uma leitura medida do tempo, recuperando o passado, mas não como linear ou circular, e sim como camadas estratificadas, “[...] uma dobra do tempo e da materialidade onde o passado pode ser subitamente redescoberto, e novas tecnologias se tornam obsoletas cada vez mais rápido” (PARIKKA, 2012, p. 3)³. Tal perspectiva nos permite uma outra leitura do passado, não linear, mas acumulando-se no tempo presente e ressignificando-se cada vez que é revisitado pela música através de *samples*, referências, citações, versões etc.

3. Tradução nossa. No original: [...] a fold of time and materiality where the past might be suddenly discovered anew, and the new technologies grow obsolete increasingly fast.

A última linha teórica que nos interessa envolve a discussão sobre o conceito de *retromania* proposto em livro homônimo por Reynolds (2011). O autor trata da releitura que a música pop dos anos 2001-2010 fez de seu próprio passado. Cinco anos se passaram desde sua publicação e seis desde que a década de zero encerrou. Mas teriam as propostas estéticas de revisitação da memória da cultura pop – nas esferas da música, arte visual e audiovisual, moda e comportamento – se encerrado na virada para a década de dez? Teria tal movimento, resultado do acesso total às imagens e textos do passado pop via internet, se esgotado? Ou teria ele encontrado outros modos de ressignificação deste passado?

Como processo metodológico de observação empírica nos inspiramos no trabalho de Cohen (2012) sobre o mapeamento das cenas de rock e hip hop em Liverpool. A autora visou desenvolver um mapa digital das cenas da cidade por meio de um software. Entretanto, diferente de Cohen, não nos interessa aqui transpor os mapas de tais cenas para o digital, mesmo porque nossa deriva é transmidiática – sem separar o *virtual* do *real* –. Contudo, Cohen faz um trabalho de cunho etnográfico, de observação participante, acompanhando os músicos em seus espaços pela cidade, como por exemplo, pubs; clubs; estúdios etc.

Outro procedimento metodológico utilizado foi a deriva cartográfica apontada por Fernandes e Herschmann, na qual os autores não a tratam como algo randômico, “mas como um espaço de comunicabilidades dinâmicas que se dobram e desdobram infinitamente, construindo espaços comunicantes de diversas, múltiplas ou ‘inter’ culturas” (2015, p. 298). Indo de encontro a este pensamento, é vá-

lido ressaltar que nosso mapeamento não é geográfico, mas sim de tentar tornar visível um sistema cultural disperso e que está tomando forma.

Com isto em mente, coletamos dados na web, partindo de buscas por *tags* afins em sites de divulgação para músicos independentes como Soundcloud⁴ e Bandcamp⁵, e acompanhando páginas sobre os gêneros organizadas por gaúchos e brasileiros em sites de redes sociais; bem como observamos e coletamos dados nas festas. Dentre algumas, fomos na festa *5 Dÿlmås SEM TΣMΣR - kapsula de melekinhΔ*⁶ (21/05), a festa *Miami Nights: Welcome to Retrowave*⁷ (9/06) e no lançamento do segundo volume da coletânea Kino Beat⁸ (23/07), que junta a obra de diversos artistas gaúchos. Esta coletânea foi central para nossa pré-seleção de artistas e DJs a serem entrevistados.

Não acompanhamos o processo de composição e produção dos músicos, contudo, eles nos descreveram tal processo ao responderem o questionário online. É necessário ressaltar nossa dificuldade em reconhecer os artistas e DJs por conta do anonimato. A maioria se utiliza de nomes artísticos, sem dar quase nenhuma informação concreta de quem e de onde são em suas biografias em sites de redes

4. www.soundcloud.com

5. www.bandcamp.com

6. Página do evento: <<https://www.facebook.com/events/1609989835986619/>>. Acesso em 23 set. 2016.

7. Página do evento: <<https://www.facebook.com/events/934271436682501/>>. Acesso em 23 set. 2016.

8. Página do evento: <<https://www.facebook.com/events/106627123107776/>>. Acesso em 23 set. 2016.

sociais e de música. Alguns destes artistas, também, ao propor um novo projeto musical, assinam com um outro nome. Esta fluidez que inicialmente nos dificultou, posteriormente mostrou-se uma das características destas micro cenas (mais sobre isto no item a seguir). Outra questão que nos causou um certo estranhamento durante o mapeamento foi o fato dos músicos e DJs não se conhecerem e pensarem que não existiam outros artistas no Rio Grande do Sul que dialogassem musicalmente com o trabalho deles, tanto no modo de produzir quanto pelos gêneros musicais.

Após o mapeamento, solicitamos a eles que respondessem um formulário online, ao qual, até o presente momento, 12 responderam. Alguns preencheram com seus nomes, outros com seus pseudônimos. Optamos por fazer referência apenas aos pseudônimos. São eles: SUPERVÃO; abneg; Eduardo Egs; Nymphicus Virus; Deathray Bam!; Solomon Death; Pense Bem 1000/1; VHS LOGOS; Castelan; SKIA; BR_GAY\$\$HA; Forget Me. Vejamos, a seguir, os dados que obtivemos.

Análise dos dados obtidos através do formulário

Os entrevistados têm entre 20 e 41 anos. Três deles cresceram durante os anos 1980, seis durante os 1990 e três nos 2000. Todos habitam a região metropolitana de Porto Alegre atualmente, exceto uma entrevistada que se mudou para Belém do Pará. Todos cresceram no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, predominantemente em cidades urbanas. Dos 12, 10 discotecam em festas e os gêneros que eles escolhem para tal propósito são praticamente os mesmos em

que se inspiram para compor novas peças. Todos os artistas são produtores amadores e produzem em casa, e ocasionalmente contam com a ajuda de amigos para produção de encartes e audiovisual. No processo de composição, eles têm como hábito registrar ideias na rua para posteriormente aperfeiçoá-las em casa.

Ao serem perguntados sobre se existe uma cena local de seus gêneros musicais, a maioria negou. Em contraponto, parece haver um consenso de que há cena em termos nacionais e/ou através da web, mas sem nenhum tipo de relação geográfica. Mesmo assim, boa parte deles declarou que há amigos e pessoas que acompanham o desenvolvimento de suas obras em festas locais, ainda que seja um público pequeno. Seriam, talvez, micro cenas no nosso entender, que são nômades: o nome das festas, os lugares, os públicos variam constantemente, e até os artistas mudam de nome artístico a cada projeto novo que criam. A resposta de BR_GAY\$\$HA sobre se ela costuma discotecar é sintomática do modo como essas supostas micro cenas se configuram:

eu não gosto da ideia de ser dj, e cada vez mais não gosto da ideia de ser qualquer coisa, então fico quebrando com qualquer movimento hegemônico que eu esteja construindo. as vezes eu toco em festa, as vezes eu faço cenografias, as vezes eu faço luz, às vezes performo, as vezes ajudo outras pessoas a fazerem suas próprias instalações e produções. pra mim é tudo a mesma coisa (BR_GAY\$\$HA, 2016).

Sete compositores comentaram ter público em POA e região; sete em outros estados do Brasil; cinco declararam ter público interna-

cional (no caso, uma audiência de nicho em alguns países em específico, geralmente europeus ou das américas); seis salientaram que seu público acessa suas obras apenas pela internet. E, por fim, cinco entendem que o público são seus amigos próximos, aqueles com os quais fazem festas e discotecam ou fazem shows juntos. Três gostariam que sua obra atingisse mais o público brasileiro. Sete não se importam com qual será o público das obras que eles publicam, o que talvez se justifique pelo fato de eles produzirem música em casa e de forma amadora.

Pedimos para que eles informassem todos os gêneros musicais com os quais eles dialogam em suas composições. No total, foram citados 42. Os mais citados foram experimental, com 5; *vaporwave* e *synth/retrowave*, com 4; *noise*, *future funk*, *chillout*, *ambient* e *techno*, com 2; por fim, com apenas uma citação, diversos gêneros que agrupamos em temáticas, são elas: gêneros relacionados ao rock underground; a subgêneros de música de pista; derivados do ambient; derivados do vaporwave; beats em geral; derivados de R&B⁹.

Fizemos várias perguntas referentes às temáticas de nosso arcabouço teórico. Provocamos os entrevistados a responderem se eles se viam como arqueólogos da mídia, por escavarem a web em busca de samples do passado da música pop, em especial buscando por amostras de sons obscuros, visando resgatar eventos do passado que não se tornaram populares. Dois terços dos entrevistados concor-

9. Outros gêneros citados: Rock Psicodélico/Electronic Folk/Lo-Fi/Indie/Indie folk/Trad. Goth/Darkwave/Techno/House/Garage House/UK Garage/2 Step/Italo Disco/Outrun/Power Eletronics/Dark Ambient/Ritual Ambient/Ambient/Mantra/Mallsoft/Chillout/Chillwave/Future Funk/Beats/Future beats/Trap/Cloud Rap/Boogie/80's/Funk 80's/Hip Hop/Funk Carioca.

daram com a proposição. Eles ainda mencionam uma relação direta entre arqueologia e uma busca por imagens e sons nostálgicos, por conforto ao reviver o passado. Um deles mencionou que arquiva todo tipo de som desde que começou a produzir música. Então surgiu aqui um tópico interessante que é o papel do “arquivologista da mídia” em concomitância com o “arqueólogo da mídia”, e que nos parece relevante investigar e problematizar em trabalhos futuros. Três deles não se reconhecem como arqueólogos, mas mesmo assim disseram recorrer a *samples* ocasionalmente para produzir suas peças musicais. Um destes três declarou evitar *samples* conscientemente, por uma preocupação estética.

Também perguntamos se eles reconhecem dimensões políticas, estéticas, culturais e de linguagem no processo de criação musical a partir do *sampleamento* de obras do passado. Como as respostas eram abertas, os entrevistados justificaram dissertativamente cada dimensão, às vezes negando ou negligenciando algumas delas. Ainda assim quase todos (10 de 12) propuseram debates referentes às dimensões culturais e estéticas. Já as dimensões políticas e de linguagem foram mencionadas por um número menor de entrevistados: a primeira, por 66%, a segunda, por 50%.

A próxima pergunta foi “Você utiliza *samples* ou algum tipo de referência brasileira ou gaúcha? A escolha por usá-los é consciente ou arbitrária?”. Fizemos essa pergunta porque no mapeamento prévio não reconhecemos *samples* gaúchos nas obras, salvo a referência ao carro Miúra, no título de uma música de Deathray Bam!, o que não é um *sample* mas conta para todos os efeitos. Precisaremos, portanto, revisar a obra dos artistas para encontrar essas referências

gaúchas. Descobrimos mais duas logo após o tempo de preenchimento do questionário. Uma delas ocorre no vídeo *Prelúdio sobre o brasil.txt*, da cantora Skia, em que a bandeira do estado e um ônibus de Porto Alegre aparecem na tela; outra ocorre na música *Paralelo 30* de VHS LOGOS (Paralelo 30 é uma linha geográfica imaginária que corta a cidade de Porto Alegre). Não são samples sonoros, mas acabam por construir o arquivo que nos interessa estudar. Ainda em *Prelúdio sobre o brasil.txt*, a letra da canção fala claramente sobre a onda de conservadorismo político que assola o país, e, como sabemos, acaba por ocorrer também no Rio Grande do Sul.

Fizemos algumas perguntas tomando como base as ideias de *retromania* de Reynolds (2012) e de nostalgia como proposto por Pieckering e Keightley (2009). O acesso ao arquivo da web fez com que a música pop de 2001 a 2010 emulasse a música das cinco décadas passadas e com isso houvessem poucos novos gêneros criados, em termos de *mainstream*. Mas agora estamos na década de 10, e novas tendências surgiram, como o vaporwave, retrowave, trap, cloud rap. Então, perguntamos se eles notam diferenças entre os movimentos musicais da década passada com os de agora. A maioria dos artistas reconhece que os estilos musicais emergentes e dispersos do início dos anos 2000 se estabeleceram, de fato, como gêneros musicais e se popularizaram na segunda metade da década. Os seguintes temas foram pontos comuns nas respostas: O chamado *ciclo dos 20 anos*, o tempo que leva para que uma estética seja revisitada pelos ditames da moda, da música, do cinema e de tantas outras esferas da cultura pop; a nostalgia temporal como uma busca por conforto em tempos passados, já assentados e resolvidos; a insatisfação com o tempo presente;

a ambiguidade dos tempos, isto é, o acúmulo do passado no presente; uma característica anacrônica em todas as obras, isto é, um esforço por fazer com que suas obras tragam as estéticas de diversas décadas mas sem privilegiar nenhuma delas. Destacamos a fala de Solomon Death (2016) como uma espécie de síntese de tais tópicos:

A referência ao passado é normal em todas as épocas, é um mecanismo de compreensão do próprio tempo e faz parte do exercício de viver em sociedade. Penso que tem relação estreita com a insatisfação com o presente e com a impressão que as memórias alheias deixam em nós, uma impressão de que perdemos algo bom que outras pessoas tiveram a sorte de vivenciar. Quando isso passa a ser manifestado nas artes, é uma expressão dessa insatisfação. Numa escala individual poderíamos dizer que você olha para o passado buscando preencher a sua falta de identificação com o presente, já que o futuro é uma ideia que só pertence à esfera da probabilidade e que, portanto, não pode oferecer nenhuma referência real e muito menos satisfatória.

E de VHS LOGOS (2016):

Nesta década de 2010 a tendência é a inspiração nos anos 90, com as referências dos 70's e todas outras coisas novas que foram criadas naquela década. Interessante que o vaporwave quebrou um pouco essa “regra” voltando um pouco mais até os anos 80, mas não se limitando a isso. Enfim. Isso pode até parecer confuso, mas eu entendo e sinto perfeitamente esse processo cultural. Só que a nostalgia pode ser um sentimento “perigoso” também, assim como ficar com o pensamento demais no futuro. O presente é sempre melhor. Neste caso específico,

num trabalho artístico musical/visual, é interessante colocar referências audiovisuais da infância e juventude, porque cria uma conexão com o consumidor, fã, ouvinte.

Em oposição ao *ciclo dos 20 anos*, há um outro ciclo mencionado pelos entrevistados, de 5 a 10 anos, que é o tempo para que um estilo musical surja, cresça, até que o *mainstream* o institucionalize.

O que a década passada nos trouxe, ao meu ver, foi a percepção de que podemos construir cenas, selos, gravadoras, festivais, cultura em geral, a partir de nós mesmos. Invariavelmente utilizamos referências estéticas e sonoras de décadas passadas, a cada 5/10 anos aparece uma referência principal que guia uma nova estética pop ou mainstream, e isso ajuda no processo de renovação do que ouvimos (num geral). Também percebo que esses movimentos musicais da década passada possuíam um saudosismo maior, não necessariamente um saudosismo ruim, mas o som e as letras pareciam querer remontar outra época, e de 2009 pra frente me parece haver outra ideia, a de se construir a época atual e falar mais do que está acontecendo agora (CASTELAN, 2016).

Vejamos, portanto, quais são as condições de produção que se apresentam hoje aos compositores entrevistados. Atualmente, é possível produzir muito com poucos recursos, já não sendo necessário sequer possuir microfones ou placas de áudio profissionais. Basta um notebook e uma versão pirata de algum software de edição não-linear. Na esteira, os plugins atuais dão uma flexibilidade impressionante para amadores poderem desconstruir sonoridades e sam-

ples. Cinco compositores citaram notebooks (plataforma Windows) como parte de seu equipamento. Também foram cinco o número de pessoas que declararam utilizar placas de áudio profissionais. Quatro utilizam microfones, três programam utilizando controladores, dois citaram headphones, monitores de áudio e desktops (também plataforma Windows). Para editar seu material, a maior parte dos artistas, sete deles, usam o software de edição não-linear de áudio Ableton. Em seguida vem o Fruity Loops Studio, sendo citado por quatro pessoas. Em terceiro, o Reaper, e depois, com apenas uma citação, vários outros softwares para conversão de arquivos do YouTube, plugins de áudio, aplicativos para celular, softwares de masterização e edição de áudio. Apesar de todos os equipamentos mencionados, vale salientar que uma das entrevistadas declarou que só usa um notebook e um software de edição de áudio, e que com isto já é capaz de produzir um material bastante variado.

Ainda referente à técnicas e tecnologias, eis os tópicos recorrentes: a *internet bubble*, que quebra com a suposta horizontalidade da web; a máquina como oráculo, uma forma de expansão de consciência e a saturação de dados, facilitadora de transes e um espaço para fantasias digitais; a web como um espaço abundante de dados e de livre acesso. Essas dimensões foram encontradas nas falas de vários entrevistados. Já BR_GAY\$\$HA é quem melhor sintetiza os amálgamas sociotécnicos que ocorrem na dita “música eletrônica experimental” contemporânea:

as imagens de vapor se encontram muitas vezes com a estética psicodélica dos anos 70/80 também, é um recurso que tem

sido bem utilizado pra criar ambientes em festas por exemplo, vídeos que embalem viagens de mdma, ketamina, ácido, maco-nha, e todas essas substâncias atuais. Nesse momento não precisa ser muito inteligente pra sacar que dá pra interferir na cultura de massa, já que a massa somos todxs nós, então acho que também é um recurso de confusão deliberado. num momento capitalista tão brutal em que as culturas tradicionais de sonho e expansão de consciência estão sofrendo cada vez mais com genocídios e silenciamentos, a máquina se torna um oráculo, um facilitador de transe, de sonhos, de pensamentos desconectados da racionalidade fria, onde se pode pensar as distopias que vivemos, de onde viemos e pra onde vamos através desses recursos de fantasia digital (BR_GAY\$\$\$HA, 2016).

Somando as informações referentes às temporalidades com as tecnológicas, nota-se que a informática deixa de se apresentar apenas como hardware/software e passa também a se manifestar como estética, como *modo de ser no mundo*, como muitos autores de cyberpunk imaginaram no passado recente. Curiosa essa virada, que se manifesta com certa clareza e senso autocrítico justamente no final da década retromaníaca de Reynolds (2011). Mais curioso ainda é quando nos deparamos com as respostas da seguinte pergunta: “Você já fazia música aqui no estado antes de 2010? Que tipo de som era?”. Dos doze artistas que responderam ao nosso formulário, oito deles faziam. Destes, cinco transitavam entre subgêneros do rock, como por exemplo: rock de garagem, glam rock, hard rock, punk, pós-punk, rock gaúcho dos anos 1990, pop rock, lo-fi e folk. Ou seja, ocorreu, para uma parte significativa dos entrevistados, uma virada drástica não apenas em termos de gênero musical, mas também de

técnicas de composição. Foram do rock para o eletrônico; penduraram as guitarras e foram para os controladores e computadores; saíram dos estúdios e garagens para seus quartos.

A diferença é ainda mais gritante ao descobirmos seus métodos atuais de gravação e composição. Seis artistas declararam baixar áudios do Youtube para sampleá-los em seguida e dois disseram baixar músicas de torrents ou do *Soulseek*¹⁰ para o mesmo fim. Cinco baixam com frequência simuladores digitais de sintetizadores analógicos para criar composições novas, na busca por timbres diferentes. Dois mencionaram utilizar instrumentos acústicos, embora saibamos pela obra dos artistas que no mínimo cinco deles utilizam violão e/ou guitarra, dentre outros instrumentos, mas eles raramente são instrumentos de solo ou ficam em primeiro plano nas composições. Do mesmo modo, apenas um mencionou o uso de microfone, apesar de sabermos que pelo menos seis deles utilizam a própria voz em suas obras. Sobre o método de composição, quatro informaram que não tem um método específico. Um parte da geração de beats e loops para em seguida elaborar arranjos, outro informou fazer o caminho inverso, e um último declarou partir de samples.

Considerações finais

Com os dados extraídos do questionário, foi possível perceber que as teorias de autores estadunidenses e europeus nos servem bem para compreender os movimentos políticos, estéticos, culturais e de lingua-

10. Soulseek é uma rede de compartilhamento de arquivos criada em 2002 por Nir Abel para a troca de músicas, acessível por softwares cliente de mesmo nome.

gem efetuados pelos artistas locais em suas obras. Há um movimento transnacional destes artistas, uma certa despreocupação em compor uma cena local ou em fazer com que sua música faça referência a qualquer tipo de brasilidade. Em contrapartida, houve pouco avanço nas questões referentes ao local. Não conseguimos, por exemplo, compreender como os artistas relacionam as memórias transnacionais com as locais (se é que o fazem). Os artistas mencionaram a importância das festas locais, mas não expressaram se o comportamento e gostos do público afetam suas escolhas composicionais. Se há um ato político na produção musical de boa parte dos artistas, ela não tem a ver com tentar fazer com que Porto Alegre e região metropolitana seja reconhecida como cidade da música eletrônica, nem tentar brigar por espaço com outros gêneros. As cenas (se é que podemos chamá-las assim), são bem pequenas, envolvem não mais do que cinco ou seis artistas, e o público local tende a ser muito menor que o público internacional, que acessa as obras pela web.

Sobre como se processam as reconfigurações políticas, estéticas, culturais e de linguagem na obra dos entrevistados, elas estão diretamente relacionadas às novas formas de amálgamas sociotécnicos e que envolve mobilidade, alta capacidade de criação mesmo com recursos parcos, facilidade de conectar as pessoas através de redes sociais, etc. Ao contrário do que o senso comum e o mau jornalismo insiste em dizer, os artistas em suas falas não separam “mundo virtual” de “mundo real”, está tudo compondo um mesmo plano imanente. É claro que as redes sociais se apresentam como um caminho mais curto para atingir um público internacional, mas em termos locais as festas, encontros, discotecagens parecem ter igual impor-

tância aos eventos no Facebook, páginas, blogs, compilações e releases disponibilizados online. Os compositores estão alinhados com o pós-humanismo: reconhecem que o processo criativo não depende exclusivamente de uma “mente genial”, tampouco eles caem em determinismos tecnológicos. O que pudemos constatar em suas falas é que eles percebem que o tipo de música que produzem depende diretamente de amálgamas sociotécnicos.

Os textos culturais das décadas de 1980, 1990 e 2000 retornam como fetiche, como uma busca por conforto através da nostalgia por tempos passados, mas um tempo que é compartilhado internacionalmente, o tempo do capitalismo financeiro, das grandes marcas, da *Cherry Coke e da Diet Pepsi*. O saudosismo a objetos e imagens tipicamente gaúchas ficou reservada a pouquíssimos elementos (até onde conseguimos observar, sequer são sonoros, reservados para nomes de músicas e imagens em videoclipes), longe de constituírem um universo particular dentro das obras. Com as entrevistas e o mapeamento prévio (CONTER, 2016a), constatamos que as imagens midiáticas locais e o legado da música pop regional em quase nada influenciam essas obras. Por isso, pretendemos, em textos futuros, resolver essa questão local/global/transnacional em um texto a isto dedicado, uma vez que pouco avançamos neste mérito com as respostas obtidas no formulário. Vamos precisar recorrer aos mais recentes estudos sobre cenas, pois estamos diante de um tipo de movimento artístico muito pouco vinculado ao local onde ele está se manifestando. Por outro lado, pode ser interessante forçar um estudo referente a territorialidades no objeto empírico, uma vez que a Casa Frasca, uma das principais casas onde ocorrem festas, trata-

-se de uma residência centenária, compondo a paisagem de Porto Alegre desde então e criando um choque estético de seu estilo – hoje *vintage* – com as peças eletrônicas e as instalações plásticas enfatizando o lixo eletrônico.

Ficam então vários desafios para serem resolvidos em textos futuros, sendo que para os próximos (que provavelmente serão os dois últimos desta pesquisa) está previsto para um primeiro o já mencionado estudo focado na questão das cenas locais e as referências transnacionais, e, para um segundo, uma reflexão teórica conclusiva em cima dos achados dos quatro textos anteriores.

Referências Bibliográficas

ARRUDA, Mario A. P.; MELLO, Jamer G. A estética do Vaporwave: deterioração da superfície dos produtos midiáticos. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. **Anais**. UFRJ: Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2233-1.pdf>>. Acesso em 8 jul. 2016.

BARNA, Emília. A translocal music room of one's own: Female musicians within the Budapest lo-fi scene. In: BARNA, E.; TÓFAALVY, T. **Made in Hungary**: Studies in Hungarian popular music. Routledge, 2016, no prelo.

BR_GAY\$\$HA. Depoimento [jul. 2016]. Entrevistador: Marcelo B. Conter e Paola Sartori. São Leopoldo: Unisinos, 2016. Formulário Google <<http://goo.gl/forms/6z5X6JyMYPbNa2732>>. Entrevista concedida ao Projeto *Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes* (processo nº 888881.030393/2013-01).

CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JÚNIOR, Jeder. A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música

na cultura midiática. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. **Anais**. UnB: Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1409-1.pdf>>. Acesso em: 29 jan. 2013.

CASTELAN. Depoimento [jul.2016]. Entrevistador: Marcelo B. Conter e Paola Sartori. São Leopoldo: Unisinos, 2016. Formulário Google <<http://goo.gl/forms/6z5X6JyMYPbNa2732>>. Entrevista concedida ao Projeto *Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes* (processo nº 888881.030393/2013-01).

CHAKRABARTY, Dipesh. The Climate of History: Four Theses. In: **Critical Inquiry**. N. 35. University of Chicago, 2008. p. 197-222.

COHEN, Sara. **Bubbles, Tracks, Borders and Lines: Mapping Music and Urban Landscape**, *Journal of the Royal Musical Association*. Londres, Routledge, 2012. vol. 137, n. 1, p. 135-170.

CONTER, Marcelo B. A vaporização da música. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – **Intercom. Anais**. Curitiba/PR – 04 a 09/09/2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2335-1.pdf>>. Acesso em 18 dez. 2018.

_____. Arqueologia da mídia na música eletrônica gaúcha. IN: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. **Anais**. USP: São Paulo, 2016b. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0888-2.pdf>> . Acesso em 16 set. 2016.

_____. **LO-FI – Música pop em baixa definição**. Curitiba: Appris, 2016c.

DELEUZE, Gilles. **A dobra: Leibniz e o barroco**. Campinas, Papirus, 1991.

FELINTO, Erick. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. In: **E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

GOODMAN, Steve. **Sonic Warfare: sound, affect, and the ecology of fear**. Cambridge: MIT, 2012.

KITTLER, Friederich A. **Gramophone, Film, Typewriter**. Stanford: Stanford University Press, 1999.

PARIKKA, Jussi. **What is media archaeology?** Cambridge: Polity Press, 2012.

PICKERING, Michael; KEIGHTLEY, Emily. The modalities of nostalgia. IN: **Current Sociology**. vol. 54(6). Loughborough University, Londres. 2006, p. 919-941.

REYNOLDS, Simon. **Retromania**: pop culture's addiction to its own past. New York: Faber & Faber, 2011.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. In: **Revista LOGOS**. Edição especial Brasil-Itália 41, n.24, vol.2. Rio de Janeiro: UERJ, 2014. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14155/10727>>. Acesso em 5 abr. 2016.

SOLOMON DEATH. Depoimento [jul.2016]. Entrevistador: Marcelo B. Conter e Paola Sartori. São Leopoldo: Unisinos, 2016. Formulário Google <<http://goo.gl/forms/6z5X6JyMYPbNa2732>>. Entrevista concedida ao Projeto *Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes* (processo nº 888881.030393/2013-01).

STERNE, Jonathan. **The audible past: cultural histories of sound reproduction**. Durham: Duke University Press, 2003.

TANNER, Grafton. **Babbling corpse**: vaporwave and the commodification of ghosts. [versão ePub] Winchester, Washington: Zero Books, 2016.

VHS LOGOS. Depoimento [jul.2016]. Entrevistador: Marcelo B. Conter e Paola Sartori. São Leopoldo: Unisinos, 2016. Formulário Google <<http://goo.gl/forms/6z5X6JyMYPbNa2732>>. Entrevista concedida ao Projeto *Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes* (processo n° 888881.030393/2013-01).

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

“Back to Black”: O que há de novo nas velhas prensas

José Cláudio Siqueira Castanheira

Em 1993, a BMG-Ariola encontrava-se em um processo de transição. A administração de seu estúdio na Avenida Barata Ribeiro, em Copacabana, estava em vias de ser terceirizada. O espaço que, na época, contava com três salas de gravação de diferentes tamanhos seria repassado aos funcionários que já trabalhavam para a empresa, dedicados, a maior parte do tempo, às produções do elenco da própria *major*. A nova Cia dos Técnicos prestaria serviços, dessa forma, à BMG, porém também se ocuparia das produções de artistas de outras gravadoras menores e mesmo das produções independentes. Ao mesmo tempo, os técnicos esforçavam-se para adaptar-se às novas técnicas de gravação, mixagem e masterização em ambiente digital que se apresentavam nos anos 1990.

A transição para o digital, ao substituir caros equipamentos analógicos por soluções digitais ainda em estágio de aprimoramento, ao delegar certa autonomia aos profissionais de estúdio no gerenciamento dos espaços de gravação e ao propor mudanças em um repertório já consolidado de práticas de produção fonográfica, teve reflexos bem mais amplos do que a simples troca de um suporte por outro. A mudança de formato pode ser encarada como prenúncio e sintoma de um redimensionamento da indústria fonográfica no Brasil e no mundo.

A terceirização é, também, reveladora de um processo maior de crise: “o que se seguiu foi uma frenética busca pela redução dos custos e dos riscos de investimentos, com uma empresa como a BMG, de longa tradição no país, chegando a cogitar seriamente em limitar seus lançamentos aos títulos internacionais” (VICENTE, 2014, p. 142). Empresas como BMG e Sony não apenas desfaziam-se de estruturas pesadas como estúdios e equipamentos de prensagem de vinil, como também inauguravam suas fábricas de CD no Brasil. A transição de um modelo de produção para o outro implicou o abandono, em certos aspectos radical, de estruturas físicas e de profissionais considerados ultrapassados para acompanhar uma aposta tecnologicamente moderna do mercado.

O resultado prático dessa aposta é que, em meados dos anos 1990, a estrutura de prensagem de vinis no Brasil tinha sido praticamente extinta. Segundo matéria da Folha de São Paulo, de dezembro de 1996¹, das grandes apenas a BMG mantinha algumas máquinas funcionando para prensar cópias dos LP de sambas enredo do carnaval do Rio. A previsão, contudo, era de que não haveria mais lançamentos em vinil dali pra frente. Uma das únicas apostas no formato que resistiam era a fábrica Talismã, em São Gonçalo, no Estado do Rio. Os proprietários, Sérgio Silva e Paulo Massadas, que, inicialmente, atendiam à terceirização das grandes gravadoras, pensavam, naquele momento, em vender os discos de porta em porta: um modelo “Avon” de negócios. Uma dose de criatividade temperada com um pouco de desespero diante de pequenas expectativas de crescimen-

1. Cf: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/12/03/ilustrada/1.html>

to das vendas. Mesmo a música evangélica, principal produto saído das prensas da Talismã, não dava retorno suficiente. Tanto a Talismã quanto a Polysom, fundada em 1999 e sediada em Belford Roxo, foram constituídas a partir dos equipamentos e instalações descartados pelas antigas gravadoras. A Polysom, considerada a última fábrica a fechar as portas no Brasil, durou até 2007, e manteve essa aura de bastião do formato até o fim.

Atualmente, tanto a Polysom, reestruturada, quanto algumas iniciativas pontuais, ainda defendem a importância do vinil diante de outras formas de consumo musical. Com o crescimento das vendas de vinis, tanto fora quanto dentro do país, o formato ganha força como exemplo insigne de consumo musical. Tipifica um modo de produção que, obviamente, está longe de render os lucros ou conseguir a penetração dos anos 1970 e 1980, mas que segue em constante crescimento há pelo menos três anos, segundo pesquisa da ICM Unlimited².

Uma das facetas desse retorno que talvez mais chame a atenção é a presença marcante de uma narrativa que opõe as demandas do mercado *mainstream* e uma produção calcada no imediatismo, na fórmula pronta e no lucro a um consumo “alternativo”, de nicho, preocupado tanto com a qualidade artística quanto sonora do que se ouve. Este último toma a permanência de antigos modelos tecnológicos, o reaproveitamento de materiais e a maior lentidão no processo como marcas inevitáveis (e às vezes desejáveis) de um tipo de produção mais legítima. Até a questão da sustentabilidade do projeto analógico entra na pauta dos defensores do retorno do vinil.

2. Cf: <https://www.linkedin.com/pulse/exploration-vinyl-revival-natalie-compas?trk=prof-post>

O retorno da velha mídia ao mercado traz embutida uma discussão acerca dos modos de se produzir e de se ouvir música. No universo musical contemplado por essas iniciativas pontuais encontramos desde trabalhos de produtores *indie*, grupos e cantores reconhecidos em cenas específicas até mesmo a recuperação do catálogo das antigas gravadoras, especialmente aquele material tido como relevante para a indústria fonográfica no Brasil, mas que foi, de longa data, esquecido. Entretanto, no segmento das vendas de vinil, os melhores resultados ainda são daqueles artistas mais conhecidos que resolveram apostar no nicho, mas que não deixam de ter seu trabalho divulgado em formato digital, como Adele, por exemplo, ou as reedições dos clássicos que, volta e meia retornam ao mercado nos mais diferentes formatos (Beatles, Pink Floyd etc.). Ao defender um tipo de produção e distribuição alternativos (vide lançamentos patrocinados por *crowdfunding*, como no caso de Selvática, de Karina Buhr) e ao beneficiar-se do desmanche da antiga infraestrutura das *majors*, esse discurso se posiciona criticamente aos novos modelos de consumo de música e, por tabela, a uma nova face menos personalista, mais descentralizada e menos tangível dos mercados transnacionais. Ao retirar, literalmente, do ferro-velho, os despojos da linha de produção de inspiração fordista que imperou na indústria fonográfica desde o início do século XX, os novos fabricantes de vinil acabam se identificando mais com uma noção de trabalho artesanal do que propriamente com a ideia de indústria.

Este trabalho procura localizar, tanto na fala desses novos atores na cadeia de produção musical quanto na internacionalização dessa mesma cadeia, sintomas dessas mudanças. Para tornar o cenário

menos óbvio é necessário atentar, igualmente, para as novas estratégias da produção *mainstream* e para apropriação por esta desse mesmo nicho de mercado.

Estruturação vertical da indústria

Um censo de 1914 apurou que das dezoito indústrias mais rentáveis nos Estados Unidos, a Victor Talking Machine Company, fundada em 1901, era responsável por mais da metade dos lucros totais obtidos. Junto com a Edison e a Columbia, formavam as *Big Three*, ou seja, o grupo de companhias mais importantes no emergente mercado fonográfico. Uma das características da atuação dessas empresas que as levou a ocupar essa posição foi a adoção irrestrita do sistema de manufatura norte-americano com partes intercambiáveis na produção das *talking machines*. O desenho de cada parte individualizada dos aparelhos e o desenvolvimento de máquinas especializadas para a fabricação de cada uma dessas partes colaboraram na receita de eficiência utilizada pelo método: “Algumas ferramentas tinham apenas uma função, como a perfuratriz, que fazia os buracos no prato superior. Engenheiros planejavam os passos da produção e os trabalhadores juntavam as partes em uma sequência cuidadosamente organizada” (MILLARD, 2005, p. 50).

A estrutura das *Big Three* não se limitava à fabricação de aparelhos de som, a ambição era bem maior e envolvia toda a cadeia produtiva, desde o estúdio de gravação até a comercialização das músicas. As três empresas trabalhavam com a lógica de grandes volumes e baixos custos, gerenciando uma rede nacional de comér-

cio. Acompanhando os interesses industriais da época, as operações eram integradas verticalmente, representando, no âmbito da produção musical, a “era dos grandes negócios”. Mesmo a contratação de artistas era uma decisão dentro de uma perspectiva de resultados comerciais. Em 1902 Enrico Caruso gravou 10 canções para o Victor Red Seal por um cachê de 400 dólares. As gravações fizeram grande sucesso e não apenas aumentaram a notoriedade do cantor, um fenômeno em ascensão naquele momento, como também alimentaram o prestígio necessário para que o negócio das gravações de músicas se fortalecesse.

O modelo centralizador encarnado por essas companhias ganhou cada vez mais fôlego e acabou desembarcando no Brasil. Em 1960 os grandes grupos estrangeiros começam a se estabelecer no mercado fonográfico brasileiro. As empresas nacionais, entre elas a Copacabana e a Continental, também seguiam o mesmo esquema de autosuficiência. Possuíam grandes estúdios, gráficas, fábricas de disco e copiadoras de cassetes. Segundo Vicente (2014), as recém-chegadas apostavam - pelo menos no início - na terceirização de uma série de serviços. Com o auxílio de uma infraestrutura já consolidada fora do país, as estrangeiras mantinham o monopólio dos catálogos internacionais e, obviamente, investiam prioritariamente nesses lançamentos. Além disso, também disputavam os artistas de maior vendagem no Brasil. A união dessas novas gravadoras às emissoras de televisão, como no caso da Som Livre, ligada à Rede Globo, também era alvo de queixas por parte das nacionais.

O controle sobre os catálogos tinha outro lado, igualmente rígido, representado pelos contratos assinados com as editoras das pró-

prias gravadoras. Aos compositores, especialmente aqueles que interpretavam as próprias músicas, eram impostas condições muitas vezes draconianas. Assim, além do contrato com o artista-intérprete, o braço editorial das gravadoras detinha os direitos patrimoniais do autor. É célebre o caso da disputa entre a EMI e o compositor Zé Ramalho por conta da negação da primeira em liberar que o artista gravasse suas próprias músicas pela Sony/BMG em CDs e DVDs comemorativos dos seus 30 anos de carreira. A disputa, iniciada em 1999, fez com que Zé Ramalho (e também Roberto e Erasmo Carlos) entrasse na justiça tentando rescindir o contrato pelo qual concederia seus direitos à EMI Songs³.

Fato é que todas as grandes possuíam esse departamento que se encarregava de produzir os contratos e de cobrar pelo uso da obra dos artistas editados. Com o passar do tempo, artistas de maior peso, como Chico Buarque e Djavan, criaram suas próprias editoras e passaram a se responsabilizar pelos direitos da própria obra. O relacionamento delicado entre artistas e gravadoras foi inspirador, inclusive, da canção de Chico “A voz do dono e o dono da voz”, de seu LP “Almanaque” de 1981.

A partir de 1990, com a instabilidade política e econômica, o mercado deu mostras de retração, fazendo com que as gravadoras, especialmente as “grandes”, enxugassem seus quadros. Apesar da redução dos elencos de artistas e de funcionários, o “peso” maior estava na manutenção de estúdios e fábricas de disco. Toda a prensagem passava agora por apenas três fábricas e distribuidoras, controladas

3. Cf: http://www.conjur.com.br/2008jul12/ze_ramalho_roberto_erasmo_carlos_brigam_direitos

por um conjunto de multinacionais. Some-se a isso a mudança de suporte analógico para digital que, na opinião de produtores de então, era um atrativo a mais para a pirataria. A indústria já enfrentava esse problema no que diz respeito às fitas cassetes, e o investimento em uma mídia ainda cara e com maior facilidade em ser copiada não ajudava em nada os números em queda das vendas.

A transição para o digital representou não necessariamente uma preocupação com a qualidade técnica das gravações ou com a praticidade em termos de comercialização. De certo modo, o modelo parecia ser menos atraente para as gravadoras do que para os fabricantes de aparelhos. Diferentemente das *Big Three* do início do século XX, a indústria fonográfica dos anos 1990 dissociou-se do desenvolvimento de tecnologias de reprodução para focar na cadeia de produção de conteúdo. Nesse sentido, demonstrava uma eficiência ímpar ao amarrar todas as pontas do processo.

A indústria de ponta em tecnologias de áudio e vídeo preocupava-se com a substituição de um modelo tecnológico de olho na convergência entre a indústria de entretenimento e todo um universo de possibilidades relacionadas às telecomunicações. Os fabricantes japoneses de componentes eletrônicos tinham em mente ocupar um lugar privilegiado no mercado internacional e o formato digital garantiria uma universalidade e uma abrangência bastante promissoras. As novas tecnologias deram a companhias como Sony, Matsushita, Aiwa e Denon um lugar de destaque na indústria da música, mas, de certa forma, por tabela, a aposta era bem maior:

Os japoneses mantiveram-se fora do lado artístico do negócio e se concentraram na manufatura. Além disso, as vantagens de apostar na produção de música e filmes a serem gravados e reproduzidos em seus equipamentos eram claras” (MILLARD, 2005, p. 343).

Sony, Matsushita e Philips (uma das poucas não japonesas) podiam ser consideradas como as equivalentes modernas das *Big Three*: com ênfase na produção e popularização de hardware, concentradas na pesquisa e desenvolvimento de soluções tecnológicas a serem vendidas internacionalmente. Um grande exemplo dessa cooperação internacional para desenvolvimento de soluções padronizadas para a indústria pode ser visto na criação do padrão MPEG. Pensado para estabelecer os protocolos de áudio e vídeo digitais, o MPEG adquiriu tamanha abrangência justamente por permanecer aberto aos diversos segmentos de mercado interessados nas promissoras mídias digitais.

Velhas máquinas, nova produção

Até este momento a única fábrica de discos da América Latina, a Polysom foi inaugurada em 1999, utilizando parte dos equipamentos da Continental e da Polygram. Como no caso da Talismã, fechada alguns anos antes, a prensagem de discos de música evangélica também era uma aposta para manter os negócios funcionando, o que aconteceu até 2007, quando fechou as portas. As instalações foram compradas, em 2009, pelo dono da gravadora independente Deck-disc, João Augusto, que resolveu reiniciar e aprimorar a produção de

vinis. O empresário se entusiasmou com o aquecimento do mercado mundial. As vendas nos EUA, em 2009, por exemplo, somaram 2,5 milhões de unidades⁴. Em 2013 e 2014 os números subiram, respectivamente, para 6,1 e 9,2 milhões⁵. O primeiro obstáculo era a recuperação do maquinário antigo e sem uso por vários anos. Os equipamentos não eram mais fabricados. Peças de reposição eram igualmente raras. Conforme matéria de janeiro de 2010:

Das oito prensas restantes – as outras foram sucateadas e vendidas por R\$ 0,10, o quilo –, três voltaram a funcionar depois de passar seis meses sendo reconstruídas. Um trabalho artesanal que só foi possível devido ao domínio das técnicas pelo grupo, e que exigiu paciência e muita criatividade, já que muitas peças do equipamento antigo não existem mais. Toda a reforma das máquinas foi feita à mão, sendo que alguns apetrechos precisaram ser criados ou adaptados pelos “rapazes” (SOBRAL, 2010).

Reiniciar as atividades da velha fábrica de discos implicou não apenas a reforma do prédio ou a recuperação das antigas prensas, compressores e motores. Os profissionais especializados em muitas das funções da linha de produção estavam aposentados ou tinham procurado outras atividades. As funções outrora desempenhadas por eles parecem igualmente deslocadas em um universo de tecnologias

4. Cf: <http://oglobo.globo.com/cultura/a-volta-do-vinil-deckdisc-lanca-quatro-discos-esta-semana-3060929>

5. Cf: <http://www.forbes.com.br/negocios/2015/09/venda-de-vinil-ultrapassa-lucro-de-servicos-digitais-nos-eua/>

digitais. Um era torneiro mecânico, outro operador de caldeira: profissões que revelam um caráter efetivo de manufatura, o que, desde a substituição de suportes, aparentava anacronismo e pouca eficiência. Esse deslocamento, entretanto, é encarado de forma divertida, nostálgica e até positiva. O dono da gravadora brinca: “Aqui só tem coisa velha. As máquinas (dos anos 60), eu, seu Nilton, o José, o Sérgio” (Id.). O conhecimento necessário para reformar e operar os equipamentos esconde-se na experiência individual, é quase místico. É tratado como herança cultural que poucos compartilham. Ao mesmo tempo, está relacionado à figura do inventor, do sujeito com habilidades técnicas acima da média e que consegue contornar as dificuldades através de seus talentos especiais:

O que existia a gente restaurou. O que estava faltando, a gente teve que dar um jeito – diz Nilton, um Professor Pardal nato, que passa horas criando engenhocas em seu torno mecânico. – Aqui eu nem sinto o tempo passar, volta e meia esqueço a hora do almoço. Quando a gente faz o que gosta é assim (Id.).

A atividade industrial e todos seus procedimentos defasados são, assim, relacionados a um momento pretensamente mais criativo, mais artístico e menos corrido, moldando uma espécie de imaginário alternativo a um modelo de capitalismo selvagem, alimentando-se das estruturas abandonadas por um mercado globalizado, por paradoxal que isso possa parecer. Michel Nath, DJ e empresário responsável pela Vinil Brasil, segunda fábrica da América Latina a ser inaugurada ainda em 2016, na Barra Funda, zona oeste de São Paulo, não pensa duas vezes antes de defender um modo de produção

menos agressivo: “O trabalho será essencialmente artesanal, como é no mundo do vinil. Por isso, a ideia é no início atender a músicos próximos. Pouco depois, abrir para artistas. No futuro exportar” (VILLAS BÔAS, 2016).

O discurso dos novos investidores no mercado do vinil apela tanto para a legitimidade de uma indústria que trabalha para atender as demandas de objetos culturais quanto para o local privilegiado que o vinil ocupa nessa cadeia cultural. O vinil é diferente porque as maneiras de viabilizá-lo tecnicamente são mais complexas, mais dispendiosas. Conseqüentemente, mesmo sendo um produto fabricado em série, é uma série pequena, destinada a relativamente poucos e que não se adquire sem algum esforço.

Na articulação desse conjunto de enunciados justificam-se processos de distinção daqueles que procuram na experiência do vinil algo mais rico que o consumo corriqueiro de música em suporte digital. Contudo, isso não refuta mecanismos de expansão e de globalização, como na própria fala dos novos investidores. Segundo o próprio Nath, o investimento na Vinil Brasil, que contou com a recuperação de uma prensa de duas toneladas pertencente à antiga Continental, antes de ir parar em um ferro-velho, a meta da fábrica é a produção de 140 mil discos por mês (a produção da Polysom estaria em torno de 40 mil). O ânimo aumenta tendo em vista o crescimento de 30% no consumo de vinis no Brasil em 2015. Ou seja, o mercado ainda é um horizonte que condiciona os investimentos na área, muito embora sempre salvaguardado por argumentos politicamente corretos. A atividade não tem o lucro como objetivo principal, e sim a defesa da arte de fazer discos: “Quero que eles entendam que isso

aqui não é feito para me enriquecer, mas para enriquecer a cultura brasileira” (MATIAS, 2016). Com a mesma ênfase ele defende que seria mais fácil ganhar dinheiro vendendo o maquinário restaurado, mas, em suas palavras: “Isso aqui é sólido, esse tipo de máquina não é mais fabricado, não tem preço” (Id.). A concretude das máquinas é vista como salvaguarda de valores não materiais.

Michel Nath, da mesma forma que os proprietários da antiga Talismã cogitavam uma “abordagem mais pessoal” junto ao público consumidor, também encarna a figura do empresário que é ao mesmo tempo o responsável técnico, o representante de vendas e o responsável pela divulgação e pelos contatos com os artistas, em uma lógica aparentemente não funcional em tempos de descentralização e terceirização da economia. Nath e João Augusto assumem a postura romântica do empresário como visionário e, de certa forma, quase um sinônimo da própria atividade. As ramificações entre diferentes mercados e o cenário de profunda internacionalização de qualquer atividade produtiva são, convenientemente, deixadas de fora da conversa. Outras propostas defendidas tanto pela Vinil Brasil quanto pela Polysom incluem o resgate de catálogos das antigas gravadoras e a preservação ambiental.

Legitimação

No site da Polysom, além de texto sobre a história da própria fábrica, encontra-se uma pequena enciclopédia com informações básicas sobre o formato: sua cronologia e características. Há também links para diversos vídeos sobre o vinil e seus colecionadores. Tudo

é apresentado de modo a demonstrar que a atração exercida pelo suporte faz parte inseparável da experiência musical. Nesse caso, o vinil, tanto por sua trajetória quanto pelas qualidades sonoras e visuais, merece um lugar de destaque. A contextualização da experiência do vinil como alternativa a um universo de consumo corriqueiro e superficial de música não é a única ferramenta de legitimação apresentada pelo site. Em uma de suas seções, a página da Polysom avisa que a empresa cumpre com todas as normas de sustentabilidade ambiental. Criou-se uma marca (*Black2Green*) que relaciona o vinil a um ideário ecologicamente correto.

Uma terceira faceta promovendo o caráter distinto da fábrica – e, por tabela, do mundo do vinil – é a preocupação de relançar no formato títulos já fora de catálogo há algum tempo. Além de artistas contemporâneos como Fernanda Takai, Marcelo Jeneci etc., a loja online da Polysom oferece obras antigas de artistas como Ronnie Von, João Donato, Mutantes, Tom Zé, Gal Costa, entre outros. A negociação com as gravadoras que detêm os catálogos originais para o licenciamento e relançamento dessas obras não é algo rápido, nos dizeres do próprio João Augusto, mas ele reforça que “todos os projetos acabam acontecendo” (NOBILE, 2014).

A fábrica define, assim, um repertório com características muito específicas. Trata-se de produções notadamente independentes – confirma Augusto –, mas também um material recuperado e tido pelo senso comum construído na produção fonográfica brasileira nas últimas quatro décadas como clássicos ou relíquias da música popular. Tanto o álbum “Lugar Comum” (1975) de João Donato, quanto o “Ronnie Von” (1969) são vendidos com o selo “Clássicos em Vinil”.

Dessa forma, o catálogo de vendas e as produções *indie* mais recentes prensadas pela Polysom aproximam-se em um circuito que, em princípio, exclui aqueles trabalhos mais identificados com o *mainstream*. Nada é tão simples assim e mesmo discos recentes de nomes já consagrados acabam também licenciados para o seu lançamento em vinil, como é o caso de “Abraço”, de Caetano Veloso, lançado em 2012 pela Universal e de “O Disco do Ano” de Zeca Baleiro, do mesmo ano, pela Som Livre. A produção alternativa de vinis alimenta-se, de várias formas, dos títulos disponibilizados pelas grandes gravadoras.

Outro argumento para o investimento na recuperação de velhas fábricas e de equipamentos abandonados é o gargalo que a produção de vinis tem que enfrentar na prensagem das várias encomendas no mundo inteiro. Com o aumento da demanda, as filas de espera triplicaram e o prazo na entrega dos discos, que era de até quatro semanas, pode chegar a três meses, explica Dan Hill, da Above Board Distribution, empresa de Londres que trabalha com prensagem e distribuição de discos de diversos selos para o varejo. Segundo Kavanaugh (2015), o prazo pode ser bem maior, chegando até seis meses para artistas tanto dos Estados Unidos quanto de fora. A Recording Industry Association of America (RIAA) declarou, em setembro de 2015, que as remessas de discos de vinil haviam aumentado em 52 por cento na primeira metade do ano, num total de 222 milhões de dólares. “As vendas de vinil nos EUA estão no ponto mais alto desde o surgimento do CD, em 1989”, afirma David Garber (2016), da revista Vice.

Com o bom resultado de vendas em vinil dos trabalhos de artistas pop como Adele ou as constantes reedições de clássicos como “Dark

Side of The Moon”, do Pink Floyd, “Abbey Road”, dos Beatles ou “A Kind of Blue” de Miles Davis, as 50 fábricas de prensagem em todo o mundo (19 delas nos EUA) não dão conta de atender a todos dentro de prazos razoáveis. Segundo Tom Vermeulen, dono da maior fábrica do mundo, a Record Industry, na Holanda, a infraestrutura existente hoje em dia para produzir discos não dá conta da demanda. No próprio site da Record Industry há um aviso quanto aos prazos: “Devido à nossa atual carga de trabalho, o tempo de produção é de aproximadamente 12 semanas para novos pedidos [...] e 6 semanas para segundos pedidos. Isso pode aumentar dependendo da demanda no momento”⁶.

Mesmo com o surgimento de algumas novas pequenas fábricas nos Estados Unidos, com algumas das iniciativas no Brasil já descritas anteriormente e mesmo com projetos ambiciosos como o da Third Man Records para a cidade de Detroit⁷, o cenário ainda é de desequilíbrio entre a procura e a oferta. No caso da Third Man, gravadora que tem entre seus fundadores Jack White, a proposta é a de erguer, junto com a loja de discos que pretendem inaugurar, uma fábrica de prensagem de vinis. Como uma forma de “educar” o público, a loja contará com uma janela permitindo que se veja o andar da fábrica. Isso funcionará como uma forma de mostrar aos clientes um pouco da cultura do vinil, algo que, segundo Ben Blackwell, co-fundador da empresa, “está viva e passa bem” (MINSKER, 2015). A defasagem tecnológica é, seguramente, um dos fatores responsáveis por essa dificuldade não ape-

6. Cf: <http://www.recordindustry.com/>

7. <http://pitchfork.com/features/articles/9755-lets-build-a-home-third-man-records-returns-to-detroit/>

nas em atender aos pedidos como em manter a estrutura já existente. Fundar uma nova fábrica então esbarra em problemas para encontrar tanto as máquinas quanto quem as opere:

O mundo dos discos é uma das raras indústrias que não evoluíram no compasso dos avanços tecnológicos; as máquinas funcionam com peças velhas e fora de produção. [...] Junto com as máquinas, muitas pessoas que realizam tarefas essenciais ao processo de prensagem, como galvanoplastia e masterização, estão envelhecendo e se aposentando (GARBER, 2016).

No caso da Third Man, Blackwell descreve sua dificuldade em encontrar os equipamentos até que se deparou com uma empresa alemã que vinha construindo novas prensas a partir dos projetos de prensas antigas, bem como restaurando maquinário usado⁸. Por enquanto essa é uma das poucas iniciativas para resolver um problema que tem se tornado mais comum na indústria de discos: como substituir ou manter máquinas que têm, em média, mais de quarenta anos?

Colecionismo e materialidades

Enquanto a indústria procura alternativas para aumentar a produção, aparentemente a comercialização de vinis continua aumentando. Muito embora o mercado varejista tenha crescido, especialmente fora do Brasil, o comércio online tem demonstrado um desempenho ainda mais encorajador. As vendas de vinis em lojas

8. <http://newbilt.com/>

como a Amazon.com superaram as das lojas físicas. Além disso, o item de áudio doméstico mais vendido por elas foram toca-discos.

Há uma euforia a respeito do formato que supera, em certos aspectos, aquela quando da mudança oposta, do analógico para o digital. Se nos anos 1990 havia uma geração que não conhecia outro tipo de suporte para ouvir música e que era confrontada com a proposta de uma nova experiência tecnológica, hoje essa mesma geração (ou boa parte dela) retorna ao formato com entusiasmo a partir de um desgaste natural da relação com o CD, da banalização dos formatos digitais “imateriais” etc.

Ao mesmo tempo, a volta ao vinil carrega um peso afetivo para essa geração que parece ter aumentado ao longo do tempo. Some-se a isso a “nova” geração, que não teve contato originalmente com os discos de vinil e que adotou a ideia a partir de uma série de questões não necessariamente ligadas ao universo da música. Há que se considerar as mudanças comportamentais a partir de questões identitárias dessas gerações; a partir da fetichização de “velhas” tecnologias que vem acompanhada de um discurso distópico mais amplo a respeito das “novas” tecnologias; e a partir de uma maior disseminação de informação de um modo geral. Outros fatores essenciais para a adoção ou legitimação do formato por um número cada vez maior de jovens seria a perpetuação de determinadas práticas em segmentos estratégicos do consumo de música, como é o caso dos DJs; o acesso a um repertório mais antigo e fora de catálogo a partir da digitalização e veiculação através de download ou serviços de streaming; e a valoração de questões materiais relativas ao disco de vinil. Segundo o New York Times:

O boom do vinil surge no momento em que o streaming decola como forma de escuta e tanto CDs quanto downloads definham. As razões citadas são usualmente um som mais cheio e quente dos sulcos analógicos do vinil e o poder tátil de um disco bem feito em um tempo em que a música se tornou efêmera (SISARIO, 2015).

No caso dos antigos amantes de música que retornam agora ao universo dos toca-discos e das bolachas de vinil destaca-se uma condição, relativamente comum no período pré-digital, que seria a de que boa parte deles se identificava positivamente com a figura do colecionador. O acervo de discos, de um modo geral, era considerado um bem material de valor na casa: ainda que fosse uma coleção de dez ou vinte títulos. A própria existência relativamente comum de sebos de discos é um sinal de que havia um público interessado em: A) descobrir “raridades” que não poderiam ser achadas em lojas convencionais; B) comprar discos usados por um preço mais barato do que o dos novos; C) submeter-se a uma experiência de “garimpo” aleatório como forma de ampliação do próprio repertório de músicas.

Alguns desses sebos se tornaram tradicionais como a Boca do Disco, em Porto Alegre e o Baratos da Ribeira, no Rio de Janeiro. Eles ajudaram a construir uma rede de colecionadores e contavam com “fornecedores” de raridades ou serviam como ponto de encontro para os amantes do formato. Atualmente, alguns desses sebos contam até com clubes de vinil, com sessões de audição transmitidas online, shows ao vivo, entre outras atividades.

A coleção, no período de apogeu do CD, não encontrou um ambiente tão propício. Em um primeiro momento talvez porque ainda

não dispusesse da quantidade de títulos já lançados em vinil, e depois porque não pareciam tão atraentes em termos físicos. A argumentação construída em torno da melhor resposta sonora do vinil em relação ao CD deve muito a uma primeira decepção material de quem estava acostumado com capas grandes, encartes com fotos e com a maior interação com o disco e com o toca-discos. De fato, os primeiros lançamentos em CD, principalmente do material disponível em analógico pelas gravadoras, eram comprometidos pela precariedade dos processos de digitalização e de masterização das fitas originais. Com o tempo isso foi sendo resolvido, mas ficou ainda a sensação de que aquele não era o som com o qual os audiófilos estavam acostumados. No caso de arquivos como o mp3, a relação com o colecionador é ainda mais complicada:

Não há glória ou mérito em ter seu iPod recheado com milhões de arquivos copiados eletronicamente porque não há nenhum sacrifício sério ao obtê-los. Não há nenhum fator de seleção envolvido se um jovem se vangloria de ter centenas de milhares de álbuns. E há pouco senso de aventura também. (BARTMANSKI; WOODWARD, 2015, p. 19).

Nem só de audiófilos vivem as coleções e o vinil passou a representar algo de genuíno e “puro” que precisava ser preservado mesmo pelos ouvintes “casuais”. Não são raras as histórias de famílias que, em determinado momento, decidem se livrar da coleção de um de seus entes já falecidos. Os depoimentos, de um modo geral, definem o ato de se desfazer dos discos como “uma pena”, apesar de ser

necessário por essa ou aquela razão. “O som é melhor que CD, não é? Mas eu nem tenho mais vitrola!”.

Por ser algo mais antigo, o LP assume o papel de item colecionável e, em decorrência, culturalmente relevante. Curioso perceber que a relevância, neste caso, está associada a questões intrinsecamente materiais, uma vez que os formatos digitais das mesmas músicas (ou álbuns) não são considerados da mesma forma. Mesmo com a renovação e aumento do interesse por discos o LP não perdeu sua condição de mídia “antiga” e isso vem sendo usado como fator de legitimação e de distinção. É como se a atividade colecionadora pudesse ser compartilhada, em maior ou menor escala, por mais pessoas: mesmo aquelas com poucos discos ou sem toca-discos.

Bartmanski e Woodward (2015) descrevem os discos de vinil como uma abertura das portas da percepção estética nos anos 1950, tornando-se um objeto carismático, funcionando pedagogicamente, possibilitando o aumento de repertório de ouvintes e a multiplicação de novos artistas. Já os CDs, apresentados pela indústria como uma revolução sonora, não se propunham a criar um ambiente “democrático” como o ocorrido no caso dos LPs. Os CDs eram bem mais caros do que os discos de vinil haviam sido, muito embora sua produção custasse bem menos. “Resumindo, enquanto a idade do ouro do vinil significou um salto gigantesco para a música popular, foi a mudança para o digital que significou a idade do ouro para a indústria da música popular” (BARTMANSKI; WOODWARD, 2015, p. 19).

A empresa de pesquisa ICM Unlimited Research⁹ conduziu, em 2014, pesquisa sobre os hábitos de consumo de músicas pelo públi-

9. <http://www.icmunlimited.com/>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2016.

co britânico. “Nós vimos um renascimento real do apetite por vinil. Fãs de todos os gêneros estão comprando discos novos e de segunda mão, online e nas ruas” (SURVEY, 2015), diz Maurice Fyles, diretor do ICM. Além da constatação do crescimento na compra de vinis, a pesquisa revela um dado curioso: muitos dos compradores de discos sequer os retiram dos plásticos: 34% deles não possuem ou não usam toca-discos, 22% possuem aparelhos que estão guardados e sem uso¹⁰. Em outra pesquisa¹¹, também da ICM, 40% dos compradores de vinil se declaram colecionadores e enfatizam que a experiência das edições especiais, da arte das capas e encartes não pode ser conseguida com arquivos mp3¹².

Outra pesquisa, conduzida pela AudienceNET¹³, também com o público no Reino Unido, averiguou que dois terços dos consumidores de música se dizem multicanal, ou seja, ouvem comumente em diferentes suportes ou mídias. Daqueles que assinam serviços de *streaming*, 13% disseram que esse tipo de serviço os levava a comprar CDs e 19% eram estimulados a adquirir vinis.

10. <http://www.allaccess.com/net-news/archive/story/140454/survey-one-third-of-all-vinyl-buyers-don-t-own-tur>

11. <http://www.icmunlimited.com/media-centre/blog/the-vinyl-revival-35-44s-return-to-records>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2016.

12. Os dados da pesquisa de 2014 da ICM aparentemente não estão mais disponíveis no site da empresa. Através de sua página no Facebook, entretanto, pudemos ter acesso ao texto de uma analista comercial da Universal Music Group, com dados atualizados (também em pesquisa encomendada a ICM). Alguns dos números se alteraram, mas ainda indicam a forte influência do vinil no mercado. Cf: COMPAS, 2016.

13. [http://www.bpi.co.uk/assets/files/MULTICHANNEL%20BPI%20ERA%20research%20FINAL%20\(Dec%202015\).pdf](http://www.bpi.co.uk/assets/files/MULTICHANNEL%20BPI%20ERA%20research%20FINAL%20(Dec%202015).pdf)

No Brasil, a quantidade de feiras de vinis¹⁴ usados tem aumentado, bem como os preços cobrados por discos em bom estado. A venda de discos no comércio varejista ainda é bastante reduzida, fazendo com que as vendas online sejam responsáveis pela maior parte dos negócios de LPs novos. Além dos sites de comércio eletrônico mais populares, as próprias fábricas e selos disponibilizam seu catálogo para compra.

Selos como o 180, de Porto Alegre, se valem da estratégia da venda online bem como de uma rede de contatos herdada da produção e circulação de fanzines ligados à cena rock do Rio Grande do Sul. O trabalho jornalístico dos criadores do selo permitiu um conhecimento prévio do nicho em que iriam investir. O site do selo informa, inclusive, que o mesmo funciona como “uma agência de notícias e informação sobre música, especialmente em formato analógico”¹⁵. Ainda segundo os criadores, o selo é voltado para fãs de música, na maioria jovens, que procuram uma relação material com a música. A questão do colecionismo entra novamente em jogo quando ele afirma que os lançamentos do selo visam um público que está começando a montar seu acervo. Os colecionadores mais experientes já possuem os clássicos e o mercado de hoje é composto por um público novo, confirmando os dados da pesquisa da ICM de que o público entre 18 e 24 anos estaria à frente do crescimento do consumo de vinis.

A solução encontrada pelo 180 para prensar os discos – em grande parte de bandas de rock do sul do país – foi encomendar o serviço

14. <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2015/04/feira-de-vinil-ocorre-neste-sabado-no-centro-de-florianopolis.html>

15. <http://loja.selo180.com/quem-somos/>

na GZ Vinyl, na República Tcheca, destino de muitas das produções independentes brasileiras, mas também de títulos das grandes gravadoras. A GZ foi outra empresa que praticamente fechou nos anos 1990, com o declínio do vinil, mas que, a partir de 2005, viu o mercado novamente aquecer. Modernizada, ela conta com o processo de Direct Metal Mastering (DMM), ou seja, a master é gravada diretamente sobre uma placa de cobre, permitindo uma maior fidelidade na confecção da matriz, mas o restante do processo não difere muito do tradicional. A estrutura de prensas e processos químicos ainda acontece de forma parecida com o que acontecia no passado. E talvez aí esteja grande parte do seu charme. O processo mecânico, artesanal e o contato direto com a matéria que constituirá o suporte são facilmente identificados como algo natural e, ao mesmo tempo, mágico. Como diz Blackwell, da Third Man: “Eu penso que ver um disco sendo prensado é muito, muito hipnotizante” (KAVANAUGH, 2015).

De Porto Alegre vem também a iniciativa de se criar um Clube de Vinil em que os participantes receberiam mensalmente, junto com a revista independente de música Noize, um LP especialmente selecionado para acompanhar aquela edição. O sistema funciona com uma assinatura, mas permite a compra de edições isoladas. O site informa que os discos escolhidos serão sempre relançamentos fora de catálogo ou discos não lançados antes em vinil. O trabalho da banda Apanhador Só, “Antes Que Tu Conte Outra”, por exemplo, foi remasterizado especialmente para a edição em vinil. O Clube deixa claro também sua preocupação com as questões materiais do formato: “[O Noize Record Club] acredita no silêncio que antecede o play naquele lançamento

esperado. Acredita no poder curativo do som da agulha reverberando solitária no disco antes da primeira faixa começar”¹⁶.

Essa preocupação com as materialidades do vinil transborda, como um efeito secundário, para os trabalhos lançados em CD. Na página da banda Apanhador Só¹⁷, pode-se comprar a versão em CD do trabalho da banda ou baixar os arquivos digitais. Detalhe: os arquivos de música vêm acompanhados de arquivos da capa, do encarte e do rótulo do CD, para recortar, montar e colar. O suporte físico, mesmo no digital, emana seu charme.

Alguns artistas optam, ainda, por formas mais alternativas de financiamento. Karina Buhr, cantora radicada em Recife, produziu seu último trabalho, “Selvática”, arrecadando fundos através de *crowdfunding*. Entre as recompensas para quem contribuiu estavam, além do CD, camisetas e a versão em vinil do trabalho. Esta foi prensada na Polysom¹⁸, no Rio, e teve um tempo de espera para entrega de pelo menos dois meses. A versão em CD foi disponibilizada bem antes e por um valor de quase um terço do vinil. Ainda assim, as vendas do LP foram muito bem.

Conclusão: emergência de novos modelos

Se o atual cenário de recuperação da história e dos afetos ligados ao antigo formato do vinil não pode ser considerado como uma mudança

16. <http://noize.com.br/recordclub/>

17. Cf: <http://www.apanhadorso.com/>

18. Cf: <http://www.musicnonstop.com.br/sao-paulo-deve-ganhar-sua-primeira-fabrica-de-fitas-k7-em-breve/>

drástica no modelo dominante de produção e consumo de música, ele pode, ao menos, indicar que, no âmbito discursivo, a questão não se resolve facilmente. Um indicativo óbvio é que tanto *majors* quanto artistas com maior impacto nas vendas de música em formatos digitais também apostam no pequeno, mas crescente, nicho dos formatos analógicos. Assim como o LP de vinil, também o K-7 vem sendo incorporado à onda saudosista das velhas tecnologias¹⁹.

A retórica que alimenta o entusiasmo tanto de empresários quanto de amantes de ambos os suportes analógicos faz questão de revelar as engrenagens por trás da linha de montagem. Cada peça, nova ou recuperada, é incensada como vestígio de uma época e um tipo de experiência musical que merece ser preservada, apesar das mudanças econômicas, sociais e técnicas. Jameson (2007) identifica o “apagamento dos traços de produção” dos objetos como uma marca do capitalismo tardio. Essa fase que, a partir da leitura da obra de Ernest Mandel (1982), Jameson vai associar ao período pós-moderno, é caracterizada pela expansão das corporações multinacionais, pela globalização do mercado e pelo aumento dos fluxos internacionais de capital. Esse processo de descentralização das operações financeiras e industriais acena com igual esvaecimento das estruturas físicas de produção.

O “pioneiro industrial vigorosamente individualista”, conforme nomeia Mandel (1982), não tem mais lugar em um tipo de capitalismo onde a industrialização das atividades superestruturais se encontra em estágio avançado e funcionando segundo a “ideologia

19. <http://www.devoltaparaovinil.com.br/2016/09/feira-vinil-vivo-curitiba.html>

da organização”. Essas atividades “são produzidas para o mercado e têm por objetivo a maximização do lucro. Sob esse aspecto, a pop-arte, os filmes feitos para televisão e a indústria do disco são fenômenos típicos da cultura capitalista tardia.” (MANDEL, 1982, p.352). São gerenciados e postos a funcionar segundo a lógica da eficiência, da rapidez e da padronização. Crary acrescenta ainda a esse cenário a integração do nosso tempo e atividades aos “parâmetros do intercâmbio eletrônico”. “Gastam-se bilhões de dólares em pesquisas dedicadas a reduzir o tempo de tomadas de decisões, a eliminar o tempo inútil de reflexão e contemplação. Essa é a forma do progresso contemporâneo – a prisão e o controle implacáveis do tempo e da experiência” (CRARY, 2014, p. 49).

O retorno do vinil, e todos os processos de recuperação material e simbólica das estruturas envolvidas nessa cadeia de produção, talvez sejam uma forma de resistência a essa prisão. Elas ratificam a afirmação de Bartmanski e Woodward de que “talvez não haja tal coisa como a música, apenas experiências musicais” (BARTMANSKI; WOODWARD, 2015, p. 1) e que essas experiências não se encaixariam tão confortavelmente no modelo virtual. A música precisa descer das nuvens.

Referências bibliográficas

BARTMANSKI, D.; WOODWARD, I. **Vinyl**: The analogue record in the digital age. London: Bloomsbury, 2015.

CRARY, J. **24/7** – Capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

JAMESON, F. **Pós-modernismo**: A lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 2007.

MANDEL, E. **O capitalismo tardio**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MILLARD, A. **America on record**: A history of recorded sound. New York: Cambridge University Press, 2005

VICENTE, E. **Da vitrola ao iPod**: Uma história da indústria fonográfica no Brasil. São Paulo: Alameda, 2014.

Referências online

ASSEF, C. Brasil terá sua primeira fábrica de fitas K-7 operando em São Paulo, yes! Publicado em: 04 de fevereiro de 2016. Disponível em: <<http://www.musicnonstop.com.br/sao-paulo-deve-ganhar-sua-primeira-fabrica-de-fitas-k7-em-breve/>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

COMPAS, Natalie. An exploration into the vinyl revival. Publicado em: 19 de abril de 2016. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/exploration-vinyl-revival-natalie-compas?trk=prof-post>>. Acessado em: 26 de setembro de 2016

DECIA, P. Vinil dá o último suspiro. Publicado em: 03 de novembro de 1996. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/12/03/ilustrada/1.html>>. Acessado em: 27 de setembro de 2016.

DE VOLTA PARA O VINIL. Disponível em: <<http://www.devoltaparaovinil.com.br/>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

GARBER, D. Por que o 'boom' do vinil pode ser má notícia para a música eletrônica. Publicado em: 20 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/01/1731130-por-que-o-boom-do-vinil-pode-ser-ma-noticia-para-a-musica-eletronica.shtml>>. Acessado

em: 08 de fevereiro de 2016.

GREENBURG, Z. O. Como as gravadoras estão se apoderando da multibilionária revolução digital. Publicado em: 18 de dezembro de 2015. Disponível em: <<http://www.forbes.com.br/negocios/2015/12/como-as-gravadoras-estao-se-apoderando-da-multibilionaria-revolucao-digital/?ogimage=default>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

IADAROLA, A. New study suggests that streaming services slightly encourage record sales. Publicado em: 15 de dezembro de 2015. Disponível em: <https://thump.vice.com/en_us/article/new-study-suggests-that-streaming-services-slightly-encourage-record-sales>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

KAVANAUGH, K. Vinyl record presses hit the market after a 30-year break. Publicado em: 14 de dezembro de 2015. Disponível em: <<http://www.plasticsnews.com/article/20151204/NEWS/151209890/first-new-vinyl-record-presses-hit-the-market-after-a-30-year-break>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

LYMAN, R. Renascimento do vinil salva fábrica tcheca da falência. Publicado em: 22 de agosto de 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/08/1671885-renascimento-do-vinil-salva-fabrica-tcheca-da-falencia.shtml>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

MATIAS, A. DJ abre fábrica de vinis em São Paulo e sonha em baratear o produto. Publicado em: 19 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2016/01/19/sao-paulo-tera-a-segunda-fabrica-de-lps-da-america-latina.htm>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

MINSKER, E. Let's build a home: Third Man Records return to Detroit. Publicado em: 20 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://pitchfork.com/features/articles/9755-lets-build-a-home-third-man-records-returns-to-detroit/>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

NOBILE, L. Fábrica de vinis aumenta maquinário e prevê crescimento de 60%. Publicado em: 22 de março de 2014. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,fabrica-de-vinis-aumenta-maquinario-e-preve-crescimento-de-60,1143683>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

NOIZE RECORDCLUB. Disponível em: <<http://noize.com.br/record-club/#>>. Acessado em: 26 de setembro de 2016.

PERPETUA, M. Vinyl sales increase despite industry slump. Publicado em: 06 de janeiro de 2011. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/news/vinyl-sales-increase-despite-industry-slump-20110106>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

RECORD INDUSTRY. Disponível em: <<http://www.recordindustry.com/>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

SISARIO, B. Vinyl lp frenzy brings record-pressing machines back to life. Publicado em: 14 de setembro de 2015. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2015/09/15/business/media/a-vinyl-lp-frenzy-brings-record-pressing-machines-back-to-life.html?_r=0>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

SOBRAL, M. A volta do vinil: Deckdisc lança quatro discos esta semana. Publicado em: 31 janeiro de 2010. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/a-volta-do-vinil-deckdisc-lanca-quatro-discos-esta-semana-3060929>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

SURVEY: one-third of all vinyl buyers don't own turntables, YouTube major gateway to sales. Publicado em: 15 de abril de 2015. Disponível em: <<http://www.allaccess.com/net-news/archive/story/140454/survey-one-third-of-all-vinyl-buyers-don-t-own-tur>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

TOLEDO, G. Primeiro clube no país quer vender vinil a custo menor. Pu-

blicado em: 18 de julho de 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/07/1487362-primeiro-clube-no-pais-quer-vender-vinil-a-custo-menor.shtml>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

VIANNA, L. F. Fábrica de vinil resiste ao tempo no Rio. Publicado em: 17 de setembro de 2006. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fo-lha/ilustrada/ult9ou64432.shtml>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

VILLAS BÔAS, B. Nova fábrica promete quadruplicar produção de discos de vinil no país. Publicado em: 19 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1730917-nova-fabrica-promete-quadruplicar-producao-de-discos-de-vinil-no-pais.shtml>>. Acessado em: 08 de fevereiro de 2016.

“But don’t forget the songs that saved your life”: The Smiths, Youtube e a centralidade do arquivo no pop contemporâneo

Thiago Pereira Alberto

*It’s time the tale were told*¹: uma introdução

Um dos maiores patrimônios da cena musical britânica nos últimos trinta anos, a banda The Smiths representa uma das narrativas mais impressionantes e particulares da cultura pop na contemporaneidade. O grupo emerge na então frutífera e (hoje) histórica cena musical de Manchester, no norte da Inglaterra, bafejada pelos ares do punk e se configura, em um primeiro momento, como pedra fundamental do chamado pós-punk britânico na década de 1980, junto aos conterrâneos Joy Division (e, posteriormente, o New Order), Magazine, A Certain Ratio, Durutti Column, The Fall e o selo musical Factory.

Como notam autores como Reynolds (2006) e Fletcher (2014), a desoladora mudança de paisagem da cidade na década de 1970 (onde a primeira urbe industrial do mundo entrava na era pós-industrial) encarnava as transformações sociais/econômicas em seu

1. Primeiro verso da primeira música do disco de estreia da banda, *Reel Around The Fountain*.

tecido arquitetônico, com grandes conjuntos habitacionais e tentativas fracassadas de renovação urbana. É relevante então a influência da “tristeza e na decadência da cidade, que parecia penetrar profundamente na textura do som das bandas que saíam de lá”, como nota Reynolds (2006, p.114). Em diferentes gradações, Manchester emerge nesse período como uma espécie de anti-musa: seja na visão ácida de seus habitantes, transformados em personagens nas letras de Mark E. Smith do The Fall; ou no som áspero, quase industrial, do baixo de Peter Hook, do Joy Division.

No caso dos Smiths, especificamente, a cidade hiperpovoa liricamente muitas de suas canções em citações geográficas (regiões como Whalley e Rusholme são indicadas literalmente), imagens (como o Salford Lads Club na foto de divulgação do álbum *The Queen is Dead*), e heróis locais (a conterrânea escritora Shelagh Delaney, ícone máximo para o vocalista Steven Morrissey) o que justifica um existente passeio turístico pela “Manchester dos Smiths”, vendido atualmente na cidade. Mas, além de ter seu núcleo central (o vocalista Steven Morrissey e o guitarrista Johnny Marr), como filhos da diáspora irlandesa, o que assumidamente não criou laços muito afetivos, a relação dos Smiths com Manchester não é de permanência: como aponta Fletcher (2014), desde o começo, os Smiths sabiam o que era grandeza, e alcançá-la significava não aceitar um lugar à margem: nunca se contentariam em ser algo tão insignificante quanto uma banda de Manchester. Sintomaticamente, o primeiro álbum do grupo termina com a frase *Manchester, so much to answer for*.

Nesse sentido, alcançaram certamente a grandeza. Já a partir de seu primeiro álbum (*The Smiths*, de 1982) a banda estabeleceu uma

trajetória de importância notável, e se tornou um dos maiores nomes da música pop mundial, cujo lastro histórico, acreditamos, segue até hoje. Apresentamos de início alguns diapasões que nos orientam nesse sentido e que o configura como um objeto de análise: seu valoroso escopo musical, o apreço da crítica especializada, influência nos pares, sua relevância afetiva diante dos fãs numa espécie de valor de culto (não no sentido *benjaminiano*, ressaltamos); tudo isso é simbolizado tanto por seus aspectos midiáticos chancelados pela indústria (edições especiais em revistas, biografias e enciclopédias, compilações em CD e vídeos) quanto pela rede de admiradores que se forma em torno de sua obra (fã-clubes, sites não oficiais, bandas *covers*).

Condições estas que atestam a presença do grupo no ambiente midiático contemporâneo até hoje, já que a banda como uma entidade ativa durou apenas cinco anos, de 1982 até 1987, desde o dia em que Marr bateu, sem avisar, na porta de Morrissey, em Manchester, em 1982, sugerindo uma parceria artística aos moldes de Leiber e Stoller², até 1987, no momento em que o mesmo músico avisou em uma reunião num restaurante londrino, depois de gravarem apenas seu quarto disco de estúdio, que estava deixando os Smiths. Entre alguns poucos dados que atestam a popularidade do grupo neste curto espaço de tempo, elencamos aqui o fato de que a banda figurou duas vezes entre os discos mais vendidos do Reino Unido (1º lugar com *Meat is murder*, em 1985; 2º lugar com *The queen is dead* em 1986; mesma posição de *Strangeways here we come*, no ano seguinte);

2. Dupla de compositores norte-americanos, que emplacaram diversos sucessos no país nos anos 1960, como *Stand By Me*; faziam parte de um núcleo de produção musical chamado The Brill Building, em Nova York.

seus três últimos álbuns também entraram no top 100 da Billboard nos Estados Unidos; em relação aos seus *singles*, emplacaram diversos sucessos nas paradas britânicas, europeias e norte-americanas desde 1983 com *This charming man*, passando por *Heaven knows i´m miserable now* (1984), *Ask, Panic* (1986), muitas vezes flutuando nos primeiros lugares³.

Já o lastro histórico que eles conseguiram pós-1987, depois do fim do grupo, se espalha nas inúmeras declarações de influência ou versões que diversos músicos de diferentes estaturas e gêneros musicais já fizeram de sua obra (do Oasis ao Belle and Sebastian, passando por Legião Urbana, Muse, The Weeknd, Miley Cyrus, Pantera; a lista é longa e inclui também bandas batizadas com títulos de suas canções como Shakespeare Sisters ou Pretty Girls Make Graves) ou do reconhecimento da imprensa especializada⁴.

Fora do campo musical, sua relevância no imenso terreno da cultura pop atinge a literatura como no livro *Girlfriend in a coma* de Douglas Coupland ou *How soon is never* de Marc Spitz; além de

3. Torna-se fundamental pensar que estes feitos se amplificam ao especificar que praticamente toda a discografia do grupo neste período foi chancelada por um selo de música independente britânico, a Rough Trade (em 1986 eles assinariam contrato com a multinacional EMI, que apenas lançaria discos póstumos do grupo) o que notadamente os coloca em uma posição à margem em relação aos mecanismos típicos da indústria fonográfica no que diz respeito à produção e distribuição de discos, publicidade, acesso à mídia e relações internacionais, entre outras questões.

4. Destacamos aqui os títulos dado pela revista britânica *New Musical Express* (Artistas de maior relevância na história da revista” em 2002; *The Queen is Dead* em primeiro lugar na lista dos melhores 500 discos de todos os tempos pelo semanário em 2013). Já em 2006, Morrissey foi eleito, pelos espectadores do programa *The Culture Show*, da BBC2, o segundo maior ícone vivo à frente de instituições simbólicas britânicas como Michael Caine, David Bowie e Paul McCartney.

inúmeras inclusões em trilhas sonoras de cinema e séries televisivas. Já em um contexto mais institucional do rock, em 2014 e 2015, os Smiths foram anunciados como candidatos a serem introduzidos no *Rock and Roll Hall of Fame*.

*Shoplifters of the world unite and take over!*⁵: Um território autônomo chamado The Smiths

Como pontuamos, diversos atributos de sucesso creditados à banda ajudam a explicar sua duradoura popularidade. Entretanto, como distingue Fletcher “no fim das contas se resume a aquela parte intangível que fica no cerne da atração que a cultura pop exerce sobre nós: a relação com o público”. O grupo conseguiu formar um exército em torno de si, que o vocalista chamou de *Smithdom* (trocadilho com a expressão *fandom*, grupo de fãs) uma espécie de reino/território formatado pela ética e pela estética própria do grupo, um “mundo simbólico separado do resto da sociedade habitado pelo grupo e por seus fãs” (GODDARD, 2009, p.559), espécie de fantasia utópica, espaço de sonho realizado pelo grupo⁶.

Essa noção é essencial para entender o sucesso e a permanência temporal do grupo; acreditamos, assim como o autor sinaliza que

5. É interessante notar também que os próprios integrantes da banda (a julgar pelas negativas em relação a uma esperada reunião), sabem exatamente o valor de culto que possuem e parecem cientes da “magia” conquistada nessa trajetória e na importância de não macular essa biografia com uma reunião, um dos aspectos mais característicos da febre nostálgica que embala o pop contemporâneo.

6. Verso da canção de mesmo nome, presente no álbum *Strangeways Here We Come*.

os Smiths conseguiram expressar desejos, medos, vontades, sonhos, em um processo de representação e reconhecimento essencial no entendimento da lógica pop como poucos grupos conseguiram para além de sua atuação geracional (a década de 1980). Através da lógica arquivista e memorialista do pop hoje, o *ethos* dos Smiths continua, tanto para os fãs de primeira hora quanto para as novas gerações, feito notável em um ambiente pop muitas vezes efêmero e refém de tendências e modismos. Como sumariza Fletcher (2014):

O fato de eles terem feito isso com uma combinação tão notável de ambigüidade sexual, petulância política, confiança coletiva e, especialmente, humor selvagem (...) os ajudou a ganhar gerações futuras de fãs igualmente leais, para os quais os Smiths, há muito extintos, existem em um pedestal em geral reservados á santos e deuses (FLETCHER, 2014, p.11).

Os próprios Smiths, ainda na ativa, se davam conta dessa vontade de permanência no imaginário pop em geral e na subjetividade de seus fãs, mais especificamente. É notável, especialmente na figura de seu vocalista, Morrissey, a noção de importância do reconhecimento no jogo pop. Ele mesmo um arquivista notável da cultura pop, primeiro como colecionador (fissurado em filmes, séries televisivas, artistas ou *singles* que muitas vezes não alcançaram as paradas de sucesso), escritor quando jovem (em suas atuações como leitor e crítico de veículos da imprensa musical britânica) e futuro incentivador de artistas que poderiam se perder na névoa do tempo, desde a cantora pop britânica Sandie Shaw até a promessa não cumprida do glam rocker norte-americano Jobriath; alcançando seu auge nessa

atuação com seu trabalho como uma espécie de “relações públicas” informal do grupo pré-punk nova iorquino New York Dolls.

Sua relação com este último é exemplar no sentido de reunir todas essas condições de arquivista bem sucedido do pop: primeiro como incentivador (cobrando em cartas a presença do grupo em revistas, presidindo seu primeiro fã clube britânico, escrevendo uma biografia); depois assumindo a influência do grupo em canções *smithianas* ou solo e fazendo *covers* fiéis do seu repertório e finalmente chancelando a turnê de reunião do grupo em 2004 com o disco ao vivo “*Morrissey Presents: The New York Dolls*”. Ou seja: a dedicação obsessiva dos fãs pelos Smiths encontra eco no próprio cantor e sua relação com seus artistas favoritos. Como explicitado por Goddard (2013, p.519), Morrissey admite que “entende esse tipo de drama muito bem” e acredita que isso surge

(...) a partir da sensação de isolamento e por acreditar que as pessoas que fazem os discos que você compra são seus amigos pessoais, que eles entendem você e quanto mais discos você comprar e quanto mais fotos colecionar, mais perto você estará dessas pessoas. E se você estiver muito isolado e escuta essa voz com a qual se identifica isso é imensamente importante (MORRISSEY apud GODDARD, 2013, p. 519).

Talvez possamos afirmar que nenhuma canção do grupo simboliza tão bem essa potência acolhedora, a força subjetivadora e especialmente a vontade de permanência que a música pop possui como *Rubber ring*, cujos versos inspiram o título deste artigo. Canção lançada em 1985 trata-se de uma genuína análise de mestre do intenso

relacionamento entre os Smiths e seu público. Como define com nitidez Goddard (2013, p. 520), “apesar de haver canções que ilustram melhor o que os Smiths eram *Rubber ring* sozinha reúne tudo o que os Smiths significavam”.

Em suma, trata-se de uma lírica “compreensiva, mas sutilmente irônica, em sua essência existe um medo pela esperança do cantor de alcançar a imortalidade por meio da música” (GODDARD, 2013, p. 519). Já em seu título (“Anel de borracha” em tradução literal, mas que traduzimos aqui livremente como “Bóia Salva Vidas”) deixa clara a importância, primeiramente, da música como profilaxia efetiva para os males da vida; e depois como Morrissey e os Smiths se dispõem como um dos melhores remédios disponíveis para isso, deixando claro que deseja ser sempre lembrado pelo ouvinte em sua visita à estante de discos. De sua estrofe inicial⁷ (*Um triste fato amplamente conhecido/A música mais apaixonante para uma alma solitária/É tão facilmente esquecida*) que constata a importância da música pop até o refrão que clama para esta lembrança vinculatória (*Mas não se esqueça das canções que te fizeram chorar/E das canções que salvaram sua vida/Sim, você envelheceu, se tornou um suíno esperto/Mas elas foram as únicas coisas/Que sempre estiveram do seu lado*) até, brilhantemente, ele próprio se transfigurar como esta voz, “no canto do seu quarto”, se assegurando, inseguro (*Você pode me ouvir?*) e reivindicando para si a presença eterna (*E quando você estiver dançando e rindo e finalmente, vivendo/Ouçã sua voz em minha mente/ E pense em mim com carinho*). Já numa

7. Os trechos selecionados no original são tradução nossa.

dimensão futura, quase ao final da canção pergunta- praticamente em tom de reafirmação: “*Você me ama como costumava amar?*”.

Esse panorama nos inspira analisar em como as possibilidades oferecidas por um aparato midiático atual (o *Youtube*) ativam o exercício da nostalgia, reconhecendo o espaço ocupado pela música pop na expressão singular do sujeito inserido na cultura contemporânea. Acionamos autores como Reynolds (2011), Huyssen (1996) e Boyn (2001) para uma reflexão sobre a transformação do status da memória e da percepção temporal na cultura consumista contemporânea, onde a imagem do museu surge não apenas como espécie de depósito de coisas mortas, mas também como um lugar de possíveis ressurreições, mediadas e contaminadas pelo olhar do espectador.

Stop me if you think that you 've heard this one before?:

○ exercício da nostalgia em ambientes digitais

Para o alívio de Morrissey, avaliamos aqui que a resposta para suas questões em *Rubber ring* é sim, e essa “imortalidade” da banda é notada de forma nítida em sua presença online, já que é manifesto que o legado dos Smiths segue também sendo construído na Internet. De certa forma, os discos, fotos e demais materiais midiáticos que os fãs colecionavam no período de atuação do grupo (a década de 1980, portanto pré-popularização da internet), estão disponíveis e transfigurados na *web*, constituindo uma espécie de arquivo vivo do seu trabalho. Na percepção de que em alguns de seus vídeos no *Youtube* transitam comentários afetuosos e narrativas memoriais,

suscitamos uma discussão em torno da possibilidade do uso do arquivo no contexto da cultura pop, e o caráter nostálgico desse uso.

Nostalgia tem seu significado ligado à ideia de “saudades de casa”, do original *homesick*. Um ardor debilitante em retornar a sua terra nativa: ou seja, originalmente é uma dor ligada à ideia de espaço (ou melhor, do desconforto com algum espaço), mais que de tempo. Seu surgimento foi “diagnosticado” pelo psiquiatra Johannes Hofer e se refere aos soldados suíços do século XVII e seus males de batalha, ou seja, seu medicamento seria pegar o primeiro navio de volta para casa, para o mundo familiar.

Mas a partir do meio do século XX, a nostalgia perde seu caráter patológico e se torna uma emoção universal, em um mundo que tem seu ritmo cotidiano agora alterado pelo desenvolvimento de novas tecnologias, podendo ganhar inclusive diferentes dimensões, como contornos políticos – o que Boyn (2001) vai chamar de *restorative nostalgia* – ou extremamente pessoais, a *reflective nostalgia*. A nostalgia restauradora evoca o passado e o futuro nacional; a nostalgia reflexiva está mais conectada a memória individual e cultural. A nostalgia restauradora quer reconstruir emblemas e rituais de casa e da terra natal; a reflexiva⁸ é mais orientada para uma narrativa individual que saboreia detalhes e os sinais memoriais, preza fragmentos de espaço e tempo, como nota Boym (2001) :

8. A própria figura, poesia e as escolhas estéticas do vocalista dos Smiths, Morrissey, remete a essa nostalgia reflexiva, conectada ao dandismo típico do século XIX. Rastros dessa condição são a importância que ele dá ao visual, a ambiguidade sexual, o apreço à arte como possibilidade única de existência e claro, sua adoração aquela que pode ser sua maior referência, o escritor irlandês Oscar Wilde, exemplo maior do dandismo.

Ela constitui estruturas sociais compartilhadas de recordações individuais. São dobras de memória do fã, e não prescrições para uma recordação modelo (...) O compartilhamento de estruturas cotidianas da memória coletiva ou cultural nos oferecem meras indicações para reminiscências individuais que possam sugerir múltiplas narrativas. Estas narrativas têm uma certa sintaxe (bem como uma entonação comum), mas nenhuma parcela única (BOYN, 2001, p. 61).

A nostalgia reflexiva, como afirma Boyn (2001, p. 49), não é patológica, mas mítica: em busca do “mito cultural, entendido como uma narrativa recorrente, percebida como natural e do senso comum em uma determinada cultura”; pressupostos que ajudam a naturalizar a história e torná-la habitável. Se a saudade original era uma doença de soldados suíços que não desejavam lutar e morrer longe de sua terra natal, a nostalgia pop, como a autora aponta, é frequentemente uma doença de “lustres da guerra”, ou seja, das simbologias míticas construídas no ambiente da cultura pop, como músicas, shows e videoclipes.

O *Youtube* emerge então como um dispositivo extensor das fontes de memória do sujeito contemporâneo, pleno em oferecer essas simbologias, onde essa nostalgia encontra pouso seguro: a tela como um arquivo infindável, pronto para escavações afetivas, um repositório onde arqueólogos da mídia e do pop possam saciar sua paixão. Seguramente o *site* pode ser visto hoje como este espaço, e para além, como um sistema cultural, um *key site* onde “identidades são produzidas, inscritas e negociadas” (RAILTON e WATSON, 2011, p. 16), se apresentando como um ambiente digital que situa enquadramentos, disputas simbólicas, visibilidades e reconfigurações de diversas naturezas.

Portanto, notamos o *Youtube* como um lugar da memória histórica individual e também coletiva, um imenso repositório da experiência subjetiva, traduzida no armazenamento digital da reminiscência pessoal. O site dá visibilidade, a partir de suas ferramentas de comentários e compartilhamentos, às narrativas de usuários que explicitam a presença da memória na constituição da cultura pop; assim, se estabelece como um importante mecanismo de mediação para a esfera cultural pública, e se constitui como um instrumento de “viabilização de encontros de diferenças culturais e o desenvolvimento de ‘audição’ política entre sistemas de crenças e identidades” (BURGUESS e GREEN, 2009, p. 107).

Desta maneira, especificamente em seus aspectos relacionais, o *Youtube* parece exibir um interessante fenômeno comunicacional, centrado na ideia de consumo e usabilidade “retrô”; como assinala Reynolds (2011), o *site* é um dos dispositivos onde a *retromania*⁹, o grande apego da cultura pop ao seu próprio passado e o constante uso de referências a si mesmo (bem como a volta de diversos elementos de décadas passadas ao presente) encontra condições ideais de se configurar na contemporaneidade.

Inspirado pela ideia de Mal de Arquivo, de Derrida, Reynolds (2011, p. 26) diz de uma necessidade contemporânea de acumular e armazenar conhecimento – uma febre de “bibliotecários que gastam muito tempo nas estantes, uma perturbação que afeta acadêmicos e antiquários em busca de testar os limites do cérebro humano para

9. Se a *retromania* não é um fenômeno novo, já que a cultura passa sazonalmente por distorções e *revivals* criativos, o aspecto de recordação instantânea, possibilitado pela revolução da informação (simbolizado fortemente pela internet) diferencia o fenômeno atual em relação ao passado.

digerir informações”; o *Youtube* e sua capacidade supostamente infindável de acumular e disponibilizar informações possui profilaxia “curativa” para essa febre e, de certa forma, a impulsiona, sendo o sintoma e a vacina.

Sintoma porque, como afirma Huyssen (1996), o novo está cada vez mais associado ao passado e o arquivo não está mais confinado no museu como instituição, e sim está infectando diversas zonas da cultura e da vida cotidiana. Se antes o museu era considerado um bastião da alta cultura, agora surge como importante signo da indústria cultural, que encadeia a crescente velocidade das inovações técnicas e culturais, a mudança na sensibilidade da temporalidade e da percepção da experiência ao criarem artigos de consumo que conduzem ao passado.

E vacina porque ambientes digitais como estes satisfazem o que Reynolds (2011) aponta como a condição imperativa do consumidor de música pop da última década, a busca por memórias arquivadas do passado ou a música retrô, que suga estilos antigos, tangenciando o pastiche ou a paródia. Como sugere o autor, o pulso do “agora” está cada vez enfraquecido a cada ano que passa e a nostalgia é também água de navegação tranquila, dócil, plenamente satisfatória, profilaxia efetiva e efetível em um presente desconfortável. Se vivemos tempos de um *boom* da memória, ou dos discursos a respeito dela, onde o novo está cada vez mais associado ao passado, como afirma Huyssen (1996), mídias como o *Youtube* exercem um papel fundamental nesse contexto, onde a obsessão pela lembrança parece indicar a busca por uma âncora temporal em uma época em que os processos técnicos estão modificando rapidamente o tecido social.

There is a light that never goes out: *Youtube como espaço heterotópico*

A esse último apontamento, pela ideia de supressão do tempo e do espaço possibilitada por dispositivos tecnológicos, ancoramos o *Youtube* à ideia proposta por Michel Foucault (2001) a respeito de um espaço que “esteja fora de todos os lugares”, a heterotopia. Suspeitando que a nova mania do século XX seria o espaço- em oposição ao tempo, chave de entendimento da civilização dos tempos anteriores- Foucault (2001) sugere outros parâmetros de leitura, dizendo de uma era do espaço, do simultâneo, da justaposição. O mundo menos como uma “grande via que se desenvolveria através dos tempos e mais como uma *rede* que religa pontos e entrecruza sua trama” (FOUCAULT, 2001, p. 412). Se o próprio espaço possui uma história (que o autor classifica com períodos anteriores como o espaço de localização, na Idade Média, ou o espaço de extensão, a partir do século XVII), ele sugere que o século XX seria a era do espaço de posicionamento, definido pelas relações de vizinhança entre pontos ou elementos, descritos como séries, organogramas, grades e redes; um espaço heterogêneo, vivido no interior de um conjunto de relações.

Para Foucault (1984) esses posicionamentos se alocam em dois grandes tipos: a utopia e a heterotopia. Enquanto pensa a utopia como um lugar essencialmente irreal, da realização de uma sociedade aperfeiçoada, as heterotopias são os espaços que efetivam as utopias, espaços localizáveis, nos quais “os posicionamentos reais que podem se encontrar no interior de uma cultura estão ao mesmo

tempo representados, contestados, invertidos – lugares que estão fora de todos os lugares” (FOUCAULT, 2001, p. 415). Espécie de encontro entre o mítico e o real do espaço em que vivemos, onde somos capazes de estar em ruptura absoluta com o tempo tradicional. Tempo que se acumula infinitamente, como em museus e bibliotecas, em espaços onde somos capazes de “re-organizar” cronologias, onde a possibilidade randômica ou organizada, o próximo e o longe, o lado a lado e o disperso, estão justapostos em frente a nossos olhos.

Ou, como Foucault (2001) sumariza: um lugar de todos os tempos que esteja ele próprio inacessível a sua agressão, espécie de cumulação perpétua e infinita do tempo em um lugar que não mudaria. Essa ideia de tudo acumular remete à vontade de constituir uma espécie de arquivo geral, que possibilitaria um grande saber imediato. Pensamos aqui o *Youtube* como esse dispositivo universalizante que através de sua (em teoria) infindável capacidade de armazenamento afirma ao sujeito a possibilidade de um repositório infinito, onde faz possível a ideia de tudo acumular; de encerrar em um só lugar todos os tempos, todas as épocas, todas as formas, todos os gostos. Portanto, se o espaço heterotópico por excelência, como afirma Foucault (2001), é o barco, parece possível pensar que o *Youtube* cumpre o papel deste veículo em nossas navegações online: um pedaço de espaço flutuante, encerrado em si, lugar de vários lugares, de todos os tempos (inclusive o presente, que nos situa ao fazer uso deste dispositivo midiático), mas lançado no infinito das informações disponíveis na *web*.

Um dos usos mais interessantes notados nesse arquivo geral, o *Youtube* é, hoje, a possibilidade de comentar, deixar marcas de certa

forma transformar aquele espaço como algo vivo, sempre lacunar, nunca fechado. Muitos desses preenchimentos feitos por usuários têm como diapasão narrativo um sentimento nostálgico, pautado na lembrança de vivências que vêm à tona ao assistirem os clipes disponibilizados no *Youtube*. Por uma questão de espaço, nos atemos aqui a destacar apenas alguns comentários que selecionamos a partir do clipe de *How soon is now?*. Se justifica aqui a escolha por este vídeo o fato de ele visualizar um dos maiores hits do grupo e de ser um dos primeiros clipes autorizados pelos Smiths como divulgação oficial.

How soon is now?: breves análises



TheMortalez 2 anos atrás

This was my official unrequited love song back in highschool that I would play over and over as a contemplated how unfair life was. then I shot up to 6ft5 and started getting muscle and things changed for me, well until I was divorced at 30, now this song rings just as true as it did for the boney 13 year old I used to be.

Responder · 36 | 👍 | 🗨️

Ocultar respostas ^

Andrey Gavrilin 2 anos atrás

The life only began at 30. We married five years ago. Two babies. The first child is three years old.

And the second is seven months old. Now we are 35 years old.

Responder · 8 | 👍 | 🗨️



stevnated 2 anos atrás

So freaking true. I related so much to Morrissey & the Smiths as a teenager... now it's all come full circle and I'm listening to Morrissey again.

Responder · 2 | 👍 | 🗨️



Elle C (Mamihlapinatapai) 2 anos atrás (editado)

I'm 18 and it's been my unrequited love song for all of middle and high school... at least now I'm out of that place...

Responder · 1 | 👍 | 🗨️



DelbertGene Woods 1 ano atrás

Just Turned 51 — That Tune Takes Me Back To The First Time I Heard It — A Very Long Time Ago — Gotta Love The Smiths — They Said it Best— Life Is Long — When You're Lonely — (The Queen Is Dead) Most People Feel The Same Things As They Travel Through Life — Most Don't Sing About It To The Whole Wide World

A postagem do usuário *TheMortalez* suscita lembranças bastante particulares em torno do clipe de *How soon is now?*. Seu comentário pode ser visto como filiado a uma espécie de sensação comum aos fãs dos Smiths: o quão “injusto” e difícil a vida pode ser, certa melancolia inerente ao som do grupo. É interessante pensar que a linha de raciocínio afetivo dele apresenta certa circularidade em relação ao que representa a banda e suas músicas para sua história pessoal. Ele se apresenta como um “perdedor” nos tempos de escola, que depois entrou na academia e mudou o corpo e as coisas começaram a mudar; até chegar ao divórcio aos trinta anos, onde a canção volta a ressonar de forma tão intensa quanto quando ele a conheceu, aos treze anos de idade.

O usuário *Stevnated* também ressalta a questão da circularidade, afirmando que na adolescência escutava muito a banda e que agora está escutando Morrissey novamente. *DelbertGeneWoods* aciona um provável caráter comunitário em torno da banda e o que ela representa, inspirado nas postagens anteriores e em como elas ativam a lembrança de quando ele escutou a música pela primeira vez. Agora, aos 51 anos, ele garante que “muitas pessoas sentem a mesma coisa” (solidão, sensação de desamparo) durante toda a vida e que muitos não expressam isso dessa forma aberta, tendo a música como companhia ideal. As narrações aqui parecem firmar o desejo de permanência almejado pelos Smiths, no imaginário de seus fãs.



Renata Cavalheiro 4 meses atrás

And all my hope is gone.

Responder •



Joseph 5 meses atrás

Is it possible that this song is 31 years old? This is a timeless classic that takes me back before kids, before being married, to senior year at college, the middle of the post-funk era, when all was right with the world. For me, it was an anthem to a defining period in my life. This song is depressing, but at the same time sensual and hypnotic. I have an obsession with the identity of the girl in the video; her name, where she is from and what she is doing now. Her identity will continue to haunt me...

[Mostrar menos](#)

Responder •

Em outro momento, o usuário *JosephL* se assusta com a idade da canção (31 anos?) e afirma seu caráter de imortal, imune à passagem do tempo. *How soon is now?* o transporta para um período da sua vida sem filhos, sem casamento, “quando tudo estava bem com o mundo”; um “hino” para um período definidor em sua trajetória pessoal. A narrativa aqui também se apresenta saudosa: a canção como representante de um tempo que já passou, e o clipe como a possibilidade de reencontrar esses velhos sentimentos.



Jonny Marr 7 meses atrás

Responder •



Steven McLean (Dextro) 7 meses atrás (editado)

I swear this is a true story. I used to date a girl who looked just like the model in the video, and for the longest time it ate my brain thinking where did I find her so familiar from, she grew up around where I did so I thought it was from there. But after some time when things ended (at a party in a bar no less) I was feeling like crap and wanted to listen to sad music, so I search the video from this very song, one that I've known for some time but I thought I never seen the video before. And to my surprise not only had I seen the video many many years back, the girl that just dumped me was virtually the same as the girl dancing in the video.

for some 2 years I could not stand this song, but now I chuckle at the irony

[Mostrar menos](#)

Responder •



Barbara Anqeline 7 meses atrás

*Nothing change, i still love you, i still love you*¹⁰: conclusões finais

Como observamos, nestes exemplos, a maior parte das postagens se refere a lembranças passadas a partir de declarações absolutamente afetivas, que deixam ver que a fidelidade ao grupo e seus ideais, a lógica da *Smithdom*, permanece, transfigurada, intacta ao tempo e ao espaço. Portanto, o *Youtube* talvez seja onde a febre arquivista pop encontra um corpo ideal para arder; possível espaço onde o *pathos* nostálgico se apresenta como nota Huyssen (1996), também como uma contestação do hiperespaço informacional e uma expressão da necessidade humana de viver em estruturas de maior duração, uma “formação reativa de corpos que querem manter sua temporalidade contra um mundo de mídia que esparge sementes de uma claustrofobia sem tempo e engendra fantasmas e simulações” (HUYSSSEN, 1996, p. 123). De certa forma, a ideia de fantasia real, a utopia realizável (desejada pelo grupo quando ativo) se materializa através do *Youtube*; o pedido de permanência de *Rubber Ring* é atendido; o sentimento de nostalgia surge ancorado através da possibilidade infinita de arquivo.

É também mostra de que, através de uma lógica de representação (nas canções e nos cliques) e reconhecimento (nos usuários e em seus compartilhamentos de narrativas), a cultura pop se apresenta como elemento de grande importância na configuração do *self* do sujeito contemporâneo. Se, como Frith (1996, p. 276) assinala a partir do

10. Verso da canção *Stop me if you think that you've heard this one before*.

século XX a música pop tornou-se uma das mais importantes ferramentas para entender “nós mesmos a partir de formas históricas, étnicas, classes sociais, gêneros e temas nacionais”, pensar as relações entre o sujeito e o pop hoje é uma confirmação do que percebemos na sociedade contemporânea: subjetividades são moldadas incorporando interações construídas pela mídia, e, mais especificamente no recorte deste artigo, pela sua inscrição na cultura pop.

E se “a experiência da música pop é uma experiência de identidade” (FRITH, 1996, p. 85) é porque ela oferece, tão intensamente, um senso de você mesmo e dos outros, de subjetividade e de coletividade, ligada à experiência social que neste caso o pop aciona, ao compartilhar sentimentos, valores, e gostos dentro deste contexto. Talvez essa conjuntura ajude a configurar o que Bennett (2013, p. 61) propõe como “cenas afetivas”, que decorrem do “envelhecimento e radicam nas memórias e readaptações geracionais partilhadas e da experiência cultural de determinadas músicas ao longo do tempo, a conexão de conhecimento e sentimento partilhados”. Seu principal trunfo se caracteriza no ensejo de uma abordagem diacrônica dos gostos, pertencças e identidades, onde “a *popular music* e as práticas culturais a ela associadas continuam a ter um papel chave nas vidas de muitas pessoas de idade” (BENNETT, 2013, p. 189).

E quando a nossa relação com o tempo e o espaço é profundamente transformada na era digital, com as noções de distância e *delay* erodidas, é possível detectar uma das marcas centrais da cultura pop: o gesto arquivista. Notamos aqui que a lógica de armazenamento de conteúdo oferecida pelo *Youtube* se amalgama com a expressividade pessoal, singular, no sentido de explicitar vontades do

sujeito como revisitar, resguardar, retomar. A nostalgia surge como marca do tecido midiático hodierno e os Smiths, com sua vontade de permanência na cultura pop (até mesmo sua estética retro, explicitada em letras, músicas, capas de disco e vestuário da época) e a relação que seus fãs criam nos vídeos depositados no *Youtube*, nos parecem objetos inspiradores de análise para estas questões.

Referências Bibliográficas

BENNETT, Andy. **Music, Style, and Aging: Growing Old Disgracefully?** Philadelphia, Pennsylvania: Philadelphia Temple University Press, 2013

BOYM, Stevlana. **The future of nostalgia.** New York: Basic, 2001.

BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **Youtube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade São Paulo:** Aleph, 2009.

FLETCHER, Tony. **The Smiths: A light that never goes out.** Rio de Janeiro: Best Seller, 2014

FOUCAULT, Michel **Ditos e escritos.** Estética: literatura e pintura, música e cinema. In: MOTTA, Manoel Barros da (Org.). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001

FRITH, Simon. **Performing rites: on the value of popular music.** Cambridge, Massachussets: Harvard Univ Press, 1996.

GODDARD, Simon. **Mozipedia: a Enciclopédia de Morissey e dos Smiths.** São Paulo: LeYa, 2013

HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do modernismo.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1996.

RAILTON, Diane, WATSON, Paul. **Music Video and the politics of representation.** Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.

REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past.** Nova York: Faber & Faber; 2011.

“Que linha liga o teu coração ao meu?”¹

Arqueologia da mídia e o “Acústico-Sucateiro” da Apanhador Só

Belisa Zoehler Giorgis

Introdução

O álbum *Acústico-Sucateiro* foi lançado em 2011 pela banda Apanhador Só, com releituras de canções de seu primeiro disco, trazendo em seu arranjo, junto com instrumentos tradicionais como o violão e o baixo, o uso de objetos na produção de sons, como panela, móbile de chaves, sacola de supermercado etc. Tendo sido disponibilizado para *download* pelo *site* da banda, o suporte físico escolhido para o lançamento do álbum foi a fita cassete, o que foi possível e potencializado pelo contexto da cibercultura, com a popularização da Internet.

A partir disso, coloca-se o problema de pesquisa: como se articula a experiência musical por meio do suporte fita cassete no caso do *Acústico-Sucateiro* da Apanhador Só sob o olhar da arqueologia da mídia? O objetivo é produzir uma reflexão sobre a criação de experiência musical no contexto contemporâneo, relacionando o objeto

1. Verso da letra da canção “Nescafé”, gravada pela Apanhador Só, de autoria de Alexandre Kumpinski, Ian Ramil, Diego Grandó e Marcelo Souto.

com a arqueologia da mídia, a cibercultura e a reconfiguração do mercado fonográfico. A construção do referencial teórico acontece com a consulta a Siegfried Zielinski (2006), sobre arqueologia da mídia; a André Lemos (2005; 2013) a respeito de cibercultura; e a Ticiano Paludo (2010), junto com Marcelo Kischinhevsky e Micael Herschmann (2011), no que se refere à reconfiguração do mercado fonográfico. Além disso, foi realizada a coleta de informações a partir do *site* e dos perfis da banda em *sites* de redes sociais, assim como de entrevistas e matérias publicadas em *blogs* e revistas.

○ *Acústico-Sucateiro da Apanhador Só*

A Apanhador Só, banda de rock independente de Porto Alegre (RS), iniciou em 2003. Seu primeiro registro fonográfico foi o EP *Embrulho pra levar*, gravado em 2006. O EP é um tipo de álbum composto, conforme Paludo (2010), por cinco a oito faixas, sendo bastante utilizado como um tipo de cartão de visitas do trabalho de bandas e artistas independentes. Em 2007, a Apanhador Só gravou seu segundo EP, homônimo. Seu primeiro álbum, também homônimo, foi lançado em 2010, com doze faixas. Todos estes registros foram disponibilizados para *download* e podiam ser adquiridos em CD.

O álbum *Acústico-Sucateiro*, lançado em 2011, foi gravado na sala de estar da casa do vocalista. Junto à voz e a instrumentos como o violão e o baixo, as canções traziam em seu arranjo a produção de sons por meio de objetos como móbile de chaves, panela, sacola de supermercado, ralador, caixa de fósforos, faca de cozinha com chave de fenda, isqueiro, conduíte, entre outros. A utilização de ins-

trumentos de sucata iniciou em 2004, a partir de experimentos da percussionista Carina Levitan, que integrou a banda até 2008. Isso desdobrou-se também a partir da necessidade de tocarem as músicas em ações de divulgação em programas de rádio, e foi na sala de espera de uma participação que, conforme entrevista dos integrantes da banda à NOIZE (2013), começaram a batucar nos *cases* dos instrumentos e a brincar com o velcro de uma munhequeira. Por meio da gravação do *Acústico-Sucateiro*, a obtenção de sonoridades diferenciadas teve continuidade. Nisso se inclui a opção de gravar em ambiente sem o isolamento acústico que um estúdio proporcionaria, o que ocasionou que sons como os de latidos de cachorro, máquina de lavar e caminhão de lixo fizessem parte das canções.

Conforme entrevista concedida ao *blog* Coletivo Veneta (2011), houve a busca tanto de viabilizar com baixo custo a produção como de corresponder a uma proposta estética da banda com o álbum produzido. Das dez canções que compõem o álbum, nove são releituras das que integram o álbum *Apanhador Só*, o primeiro da banda, junto a “Na ponta dos pés”, inédita na época. O álbum podia ser baixado no *site* da banda e, como forma diferenciada de lançamento, foi disponibilizado em fita cassete, que incluía a faixa bônus “Pouco importa”.

Em um contexto em que a disponibilização de música em formato mp3, assim como sua escuta, já era ampla, a ideia da *Apanhador Só*, conforme a conversa com o Coletivo Veneta (2011), foi a criação de uma forma de *souvenir* para seu público. Na fala de um dos integrantes da banda, considerou-se que o CD era pouco ouvido pelas pessoas e tratava-se de uma mídia física tão antiga quanto a fita cassete. Esta, em suas palavras, é “um objeto interessante [...], é boni-

tinho, é pequenininho, é gostosinho”. Isso oportunizou também o estabelecimento de uma característica que chamasse a atenção da mídia, por meio de assessoria de imprensa, para o lançamento que estava sendo realizado. É possível observar o que foi publicado na época trazendo principalmente não apenas o lançamento de um álbum, mas sim o de um acústico com utilização de sucata e no formato de fita cassete.

Figura 1 – A fita cassete do “Acústico-Sucateiro” e sua capa



Fontes: Filippo (2011) e Blammer (2011)

O *Acústico-Sucateiro* foi lançado com três shows, todos em Porto Alegre. As apresentações foram realizadas na sala de estar da casa onde o álbum foi gravado; no Bar Ocidente, que teve ambientação de sala de estar; e no Parque Farroupilha, em um gramado, com o público sentado em volta. Na ocasião desta apresentação no parque, foi gravado o clipe da canção “Bem-me-leve”, disponibilizado no canal da Apanhador Só no *site* YouTube.

No encarte da fita cassete, havia a ficha técnica das canções, junto com a letra da música inédita, “Na ponta dos pés” e um agradecimento a Carina Levitan, nas palavras da banda a “implantadora do sucateirismo na Apanhador Só”. Um significativo espaço foi utilizado para apresentar os instrumentos utilizados para além do violão e do baixo, assim os objetos utilizados no arranjo para a produção de sons. Fazem parte também do encarte as “Instruções de aplicabilidade”, que iniciam com “Esta fita cassete pode ser utilizada através de aparelhos de som compatíveis com o formato em momentos de lazer individual, entre casais, entre amigos, entre colegas de trabalho ou mesmo em festas de família”; as “Instruções de uso (modo de usar)”, iniciando com “Retire a fita cassete da embalagem e insira em um *deck* compatível com o formato”; “Instruções pra quem se pilhar na ideia”, que apresenta sugestões para o uso de objetos para percussão; e “Instruções de segurança”, que principia com “Este equipamento foi construído de acordo com as exigências das normas de segurança internacionais [...] relativas ao equipamento de tecnologia de comunicação e de obras fonográficas”. A atmosfera despreziosa no modo e no tipo de informação se deve ao “deboche pensado” pretendido pela banda como dito ao Coletivo Veneta (2011), que condizem com a proposta da Apanhador Só para este trabalho, junto com a estética do álbum em sentido amplo. Inclui-se nisso o retrô, não somente no formato de mídia adotado, como também pelas instruções detalhadas, que remetem às formas pioneiras de publicidade, que buscavam despertar o desejo pelos produtos explicando-os e apresentando sugestões de uso vinculadas à vida cotidiana de forma explícita.

Figura 2 – Encarte da fita cassete do *Acústico-Sucateiro*



Fonte: Filippo (2011)

A compra da fita cassete do *Acústico-Sucateiro* acontecia pelo *site* da banda e nos shows. Outra forma de aquisição era o escambo, por meio do qual cinco fitas, que estivessem em bom estado e com sua caixa de plástico, podiam ser trocadas por uma fita do álbum, completa e com o encarte. A duração das canções do disco era correspondente a um lado de uma fita cassete. Desse modo, no material recebido por meio do escambo, gravado para dar continuidade a essa forma de troca, era mantido o lado B com o conteúdo com o qual havia sido entregue. Por conta disso, constava no adesivo do lado B da fita, assim como foi divulgado pela banda no *site* e perfis em redes sociais, o texto que segue:

A Apanhador Só propõe um sistema de escambo que visa à reutilização de materiais. Em troca de cinco fitas cassete fora de uso (em bom estado), a banda oferece uma fita do “Acústico-Sucateiro” - com projeto gráfico completo - reutilizada a partir de uma fita trocada anteriormente. As músicas presentes originalmente no lado B de todas as fitas recebidas pela banda através desse sistema são mantidas intactas. Dessa forma, se você tem em mãos uma fita reutilizada, poderá ouvir o que alguma pessoa, algum dia, já gravou nesse lado da fita. Torcemos pra que feche com o teu gosto (APANHADOR SÓ, 2011, apud BLAMMER, 2011).

Figura 4 – Adesivo da fita cassete do *Acústico-Sucateiro*



Fonte: Blammer (2011)

Todas estas ações, realizadas de forma encadeada pela Apanhador Só, condiziam com a proposta estética do trabalho, como exposto na conversa com o Coletivo Veneta (2011). Esta proposta estética incluía a reciclagem por meio dos objetos sendo reutilizados para a produção de sons, assim como o escambo com um novo uso dado às fitas antigas. Isso alia-se ao apontado na entrevista à NOIZE (2013), de que foi um momento em que a banda passou a se preocupar com questões do mundo que extrapolam sua música e carreira, por meio da ideia de ressignificar coisas a partir do uso da sucata para além de um instrumento. Nisso é possível verificar-se também a consolidação do vínculo da identidade da banda com a economia criativa e colaborativa. Essa relação concretizou-se tempos depois também por meio das ações de *crowdfunding* realizadas pela Apanhador Só para a viabilização de seu segundo álbum de estúdio, “Antes que tu conte outra”, lançado em 2013, e de sua turnê nacional “Na Sala de Estar”, que passou por 21 cidades, votadas pelos fãs, entre 2015 e 2016.

Passamos então ao referencial teórico que nos propiciará construir as observações a respeito deste objeto de estudo. Iniciando com a arqueologia da mídia, com Siegfried Zielinski (2006) desdobramos a trajetória nos conceitos e elementos da cibercultura, com André Lemos (2005; 2013), delineando o contexto que levou à reconfiguração do mercado fonográfico por meio das tecnologias, com Marcelo Kischinevsky e Micael Herschmann (2011) e Ticiano Paludo (2010). A seguir, é apresentada a reflexão com base no referencial teórico e nas informações elencadas sobre o objeto de pesquisa.

Arqueologia da mídia, o contexto da cibercultura e o *Acústico-Sucateiro*

Ao considerar-se o contexto da cultura da tecnologia, conforme Zielinski (2006), ambiente em que nada dura, a história da mídia se coloca como um espaço de atuação de historiadores que influenciem uma ampliação do tempo de vida de conceitos e ideias. A noção de tecnologia como algo que subjuga o que já existiu, em um futuro em que ela se configura como uma força universal, de acordo com o autor, apresentaria a ideia do progresso técnico inexorável como quase natural. Nesse âmbito, a ação de modo que se encontre algo novo no velho, em lugar de que se busque algo velho no novo, é a perspectiva proposta pelo autor.

Desenvolve-se nesse sentido, conforme Zielinski (2006), a compreensão da História como algo presente, a partir da visualização de um processo de continuidade, considerando-se a passagem do tempo como algo que propicia o aperfeiçoamento de grandes ideias, vendo a História desdobrar-se como uma atração especial. De acordo com o autor, “tudo sempre estava ao redor, apenas numa forma menos elaborada” (ZIELINSKI, 2006, p. 19), em um processo que dissocia o progresso de uma noção que o coloca como um fluxo do inferior ao superior, alterando a forma como ele é visto e descrito.

As mídias devem ser consideradas, segundo Zielinski (2006) como espaços de ação que, por meio de iniciativas específicas, conectam o que está separado. A criação da tecnologia acontece frequentemente como oposição a uma imagem tradicional do que é humano e viven-

te, em lugar de ser como sua extensão, o que, sob determinado olhar, expressa sua profunda desumanidade. Buscando revelar momentos dinâmicos no registro arqueológico do tempo, por meio de uma inversão com respeito a este, dentro do contexto de alta velocidade da tecnologia presente nos dias atuais, permeando a vida em seus diferentes âmbitos, Zielinski propõe a noção do tempo profundo da mídia. O autor pretende “celebrar essa heterogeneidade para entrar desse modo num relacionamento tensional com diversos momentos atuais, relativizá-los e torná-los mais significativos” (2006, p. 28), de forma oposta a uma proposição de desaceleração de ritmo e expansão do presente.

O conceito de anarqueologia é apresentado por Zielinski (2006) a partir disso, considerando *archaiologia*, a narrativa da história, que abrange o antigo; o original (*archaios*); e o ato de governar (*archein*), assim como líder (*archos*), também, relacionado com a ausência de líder e de restrição, o *anarchos*. A proposta do autor é um método em que são apreciadas surpresas, numa descrição de um padrão de pesquisa que de nenhuma forma representa uma perambulação. Trata-se de uma utilização de dispositivos técnicos num processo em que se vinculam a arte da combinação, junto com a imaginação e a escuta. Dessa forma, são privilegiadas as possibilidades de amplos e múltiplos sentidos e realidades. Estes se articulam na forma de produtos, e estão presentes também as possibilidades de saída pela tangente e da atuação entusiástica, assim como crítica.

Zielinski (2006) menciona como mídias do tempo a telegrafia, a telefonia, a fotografia, a câmara cinematográfica, a televisão, a gravação eletromagnética, a vitrola e os discos. Estas consistem em téc-

nicas que têm por finalidade a reprodução de mundos existentes e a criação artificial de novos mundos, e assim tornam o tempo permanentemente disponível. De acordo com o pesquisador, os computadores sintetizam diferentes tecnologias, atuando, em relação às estruturas temporais, como uma intervenção mais efetiva. Com a internet, passaram a conviver de forma próxima as diversas tecnologias, que entram em contato entre si de vez em quando, embora sigam existindo de forma independente, mesmo com as conexões em rede.

O conceito de mídia é mantido tão aberto quanto possível na arqueologia apresentada, que propõe o estabelecimento dos constructos a partir da realização de cortes que propiciem um acesso operacional. A partir da ótica dos mundos da mídia como fenômenos do relacional, é possível entender como constructos as diversas formas midiáticas de expressão, das quais uma é a música. Com base nisso, podemos considerar como constructo para este estudo a reflexão sobre o lançamento em fita cassete do *Acústico-Sucateiro* da Apanhador Só, a partir de seu detalhamento e relacionamento com o referencial teórico.

Assim, Zielinski (2006) propõe uma associação do que chama de práxis mágica, científica e técnica, buscando manter a tensão dentro de processos em desenvolvimento, por conta de entrarem em conflito e provocarem-se, o que se articularia em relação à anarqueologia em momentos particulares do tempo. Desse modo, em um contexto em que se está cercado por sistemas e equipamentos técnicos padronizados, estabeleceriam-se conexões incomuns entre os meios de expressão ou materiais. Seria, portanto, o desafio de uma expressão

criativa, que se destacaria entre produtos de mídia encontrados de forma frequente, por meio da criação de algo original no âmbito do *design* e da arte. As esferas do trabalho criativo e da mídia centrada na informática são ao mesmo tempo divididas e conectadas, confrontando conceitos opostos de ambas. A ubiquidade dos mundos midiáticos hoje impõe a necessidade de que as relações sejam criadas continuamente de outras formas, sendo de curta duração e não receptivas à generalização.

Em razão de funcionarem com e por meio de mídia técnica avançada, a música e o som, sustenta Zielinski (2006), são artes do tempo, na ótica da arqueologia da mídia, e possuem um papel significativo. Tratam-se hoje, no contexto digital, de algo imaterial, por serem informação baseada em código binário de computador. Assim, o autor aponta a valorização da performance na cultura contemporânea, que, segundo Lyotard (1987, apud ZIELINSKI, 2006), se constitui como um momento de troca imediato e real, um evento que pode ser designado como instante. A isso se relacionam, entende o pesquisador, os processos dinâmicos aliados às qualidades de experiência dependentes do tempo, com suas diferenças estabelecidas no processo de entrada (*input*) e saída (*output*), que desencadeia a re-forma², consistindo em um trabalho eficaz sobre a interface, considerando-se os sistemas máquina-máquina e humano-máquina. O autor aponta que “o tempo projetado ou criado deve devolver às pessoas algo do tempo que a vida lhes roubou” (ZIELINSKI, 2006, p. 302). Nisso se verifica a importância de um significado da experiência com um produto midiático,

2. Grafia utilizada pelo autor.

seja por um usuário ou consumidor, o que pode ser articulado a partir de ações de criadores ou ativistas midiáticos.

Este pode ser descrito, sob certo olhar, como o contexto do ambiente cultural contemporâneo, intensamente permeado pelas tecnologias, que, diz Lemos (2013), são quase imperceptíveis em seu processo de onipresença, atuando como condutoras de experiências estéticas e de compartilhamento social de emoções. Com isso, pode ser verificado o princípio da re-mixagem³, a partir das três leis fundadoras da cibercultura, que é regida por um conjunto de práticas sociais e comunicacionais (LEMOS, 2005): a liberação do polo da emissão, o princípio de conexão em rede e a reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais. Assim, em um processo em que se articulam formas livres de difusão de informações, a modificação na forma como vinculações e fluxos se estabelecem e o modo reformulado de formas de ação e de modelos de distribuição, verifica-se uma transformação na indústria fonográfica. Esta, de acordo com Paludo (2010, p. 25), é composta pelos atores sociais envolvidos na “criação, gravação, circulação, comercialização e promoção do material musical”, e vem passando por uma reconfiguração por conta da livre distribuição da música propiciada pela Internet, por meio dos novos formatos e práticas sociais, assim como a articulação em rede.

Nesse contexto, artistas e bandas independentes, aqueles que não possuem contrato com uma das quatro grandes gravadoras (EMI, Warner, Sony e Universal), passaram a ter possibilidades mais amplas de realizar a produção, distribuição e divulgação de seu traba-

3. Grafia utilizada pelo autor.

lho, a partir da popularização das tecnologias, observam Kischinhevsky e Herschmann (2011). A circulação do trabalho em música por meio de diferentes canais de distribuição na Internet, incluindo o *download* pelo *site* da banda ou do artista, articulada à divulgação por meio de *sites* de redes sociais como Twitter e Facebook, junto a plataformas de *streaming* como SoundCloud, para áudio, e YouTube, também para vídeo, passou a possibilitar o alcance de um público potencial. Com isso, os artistas teriam possibilidades mais amplas de agendamento e divulgação de seus *shows*. Por conta desse processo, desenvolveu-se um crescimento do desinteresse pela aquisição do produto música, segundo Paludo (2007, apud PALUDO, 2010). Em um contexto em que se consolidou uma livre distribuição de faixas e álbuns, o pesquisador apresenta a importância de que, para a obtenção de resultados mercadológicos satisfatórios, ocorra uma constante qualificação, o que poderia resultar em *souvenirs* e cachês de *shows* como fontes de renda para os artistas. Importante apontar que este processo deve ser articulado com a verdade artística do artista ou banda, conceito proposto por Paludo (2010) que configura a circunstância do artista ser verdadeiro no que se propõe a fazer dentro de uma proposta estética e conceitual, que deve ser nata.

Conforme apontado pela Apanhador Só, em entrevista ao *blog* Isto é Rock Nacional (2010), ao lançarem seu primeiro álbum, homônimo, disponibilizar as músicas para *download* em mp3 foi uma necessidade que se impôs, em razão de já ser prática frequente no meio independente para que o público possa conhecer o trabalho. O que foi apontado por Paludo (2010) como fontes de renda possíveis se concretiza na venda de produtos da banda em seu *site* e

nos *shows*, como os CDs, camisetas e *bottons*, além do recebimento de cachê pela apresentação. Na mesma fala ao Isto é Rock Nacional (2010), o Apanhador Só relata que obteve mais vendas de seu primeiro álbum na época do lançamento do que outras bandas que não disponibilizaram os seus discos para *download*, apontando que “[a]s pessoas que baixam e gostam, depois veem o disco no *show*, querem comprar. Querem ter o objeto como uma espécie de *souvenir* ou uma lembrança da banda.”. Assim, é possível dizer que o Apanhador Só conseguiu desenvolver o trabalho da banda, em seu primeiro álbum, com este encadeamento produção-distribuição-divulgação (no qual também se inclui assessoria de imprensa) oportunizado pelo contexto da cibercultura, assim como a questão financeira articulada pela forma de financiamento, que foi por meio de edital de fomento à cultura, junto com a comercialização de produtos e a realização de *shows*. No entanto, ao realizar o lançamento do *Acústico-Sucateiro*, que também foi disponibilizado para *download* no *site* da banda, se impôs a necessidade de uma outra forma de conquistar a atenção dos fãs e da mídia. Para além dos *shows* de lançamento com ambientação apropriada à proposta e em locais específicos, o uso da fita cassete foi a forma encontrada para produzir um diferencial atrativo. É possível retomar, a respeito disso, o apontado por Zielinski (2006), que apresenta a possibilidade de que, por meio de iniciativas construídas com finalidade específica, as mídias atuem como espaços que oportunizem conectar o que está separado. Nisso se inclui tanto o alcance da informação de lançamento do álbum como o desenvolvimento de uma relação com o público, numa tensão que torna o momento mais significativo.

Vincula-se a isso o proposto por Zielinski (2006) na busca por encontrar algo novo no velho, ou seja: um novo significado que se impõe, por meio de um valor que permita uma atração especial. De acordo com entrevista dos músicos ao *blog* Coletivo Veneta (2011), a ideia de lançar o *Acústico-Sucateiro* em cassete surgiu ao conceder uma entrevista em que falaram sobre o projeto à rádio Oi FM, e foi dada pela apresentadora Juli Baldi. Em consonância, a banda pontua na mesma conversa a relação da fita cassete com a estética procurada para esse trabalho, numa ótica de reciclagem e do *vintage*, vinculada com o uso dos objetos antigos para produzir som, mas com um uso contemporâneo. Ainda na entrevista, a Apanhador Só se refere o formato físico para distribuição de música como um *souvenir*, já que as pessoas ouviam as músicas em mp3. Alia-se a essa noção não somente o formato físico escolhido, a fita cassete, mas também o projeto gráfico da capa e do encarte, junto com as informações que apresenta e o tom desse texto.

Em entrevista à NOIZE (2012), os integrantes da banda comentam que vê o mp3 como libertador dos formatos físicos, ao contrário da crença de que os levaria à extinção. “Só sob a perspectiva de que a grande maioria das pessoas ouve mp3 no seu dia a dia é que pudemos lançar um disco em fita K7, por exemplo. [...] Pra além de tocar a música, que já tá baixada mesmo, o que importa é o objeto ser interessante, legal de se ter nas mãos”. Verifica-se aqui a especificidade do contexto histórico e social ao qual se refere Zielinski (2006) para o entendimento amplo a partir da ótica da arqueologia da mídia. Podemos relacionar a isso o apresentado pelo mesmo autor que tange à criação contínua de relações no contexto contemporâneo, conside-

rando-se a música uma arte do tempo, e a qualidade da experiência a partir disso, no que se articula em processos dinâmicos. Assim, retomando o que o Zielinski salienta sobre o instante, e relacionando com a re-forma⁴ no processo de devolução às pessoas do que lhes foi roubado em tempo de vida durante a experiência estética, temos a importância da criação desses momentos de troca aliada à do envolvimento dos ativistas midiáticos ou artísticos, no que se verifica o protagonismo da banda Apanhador Só no proposto e executado no “Acústico-Sucateiro” como produto midiático.

É possível afirmar, portanto, que ações como a da Apanhador Só aliam elementos que caminham em paralelo com as demandas estéticas contemporâneas, ao mesmo tempo em que as problematizam e buscam desconstruir. Percebe-se, portanto, que isso ocorre dentro da identidade proposta e sustentada pela banda. Há, nessa lógica estética, uma coerência, que traduz sua verdade artística, conforme o proposto por Paludo (2010). É possível ponderar que a articulação desses elementos comporia o conjunto de razões pelas quais a banda forma e mantém seu público.

Considerações finais

Colocou-se, para este trabalho, como fundamental a utilização da arqueologia da mídia, a partir da exploração do objeto buscando um contexto, apresentado pela noção de cibercultura, em um trajeto que não necessariamente se impusesse como linear e estruturado, sem,

4. Grafia utilizada pelo autor.

no entanto, constituir-se como uma perambulação. O método, que Zielinski (2006) apresenta como práxis mágica, científica e técnica, possibilitou a tensão em movimento dentro dos processos, apresentou surpresas e oportunizou a reflexão a respeito destas em relação aos demais elementos, enriquecendo o estudo.

Desse modo, é pode-se identificar, por meio do exposto e daquilo sobre o que se refletiu neste trabalho, um olhar sobre o contexto contemporâneo que constitui um período histórico em que, ao mesmo tempo no qual diferentes oportunidades e potencialidades podem ser verificadas, um processo diferenciado em relação aos períodos históricos anteriores se articula, trazendo novas necessidades e exigindo novos olhares. Assim, a possibilidade que se apresenta no produto midiático música e seus suportes no período atual amplia e, paradoxalmente, apresenta desafios ao desenvolvimento do trabalho dos artistas independentes.

Ações de diferenciação que gerem expectativa e desejo no público quando do lançamento de qualquer produto não são, realmente, uma novidade. As estratégias de divulgação e distribuição dos produtos culturais vêm, já há muito tempo, sendo construídas para criar e fomentar a relação com a mídia e com o público. No entanto, podemos verificar a peculiaridade relacionada ao artista independente, que, a princípio, poderia contentar-se com a possibilidade atualmente oportunizada pelas tecnologias de poder produzir, distribuir e divulgar seus trabalhos.

No entanto, o que possibilita a construção e fidelização de um público passa também por ações que possam gerar vínculo, tensionando a criação de um relacionamento. Para tanto, podemos citar

tanto a verdade artística de uma banda como ações diversas. Estes elementos podem estar relacionados à existência de objetos de desejo, neste caso em específico, a partir de rastros de outro tempo, que articulados constituem uma identidade com a qual determinado público poderá se identificar, num processo de projeção e sentindo-se representado. A Apanhador Só, pelo que foi possível observar no caso do *Acústico-Sucateiro*, trabalha essas questões de forma bem-estruturada e coerente, obtendo assim resultados interessantes. Isso acontece tanto na questão relacional como no espaço midiático que se pretende obter para desenvolver essa articulação.

Referências

APANHADOR Só. **Site da Apanhador Só**. Disponível em: <<http://www.apanhadorso.com>>. Acesso em: 28 out. 2015.

BLAMMER, Fernanda. **Apanhador Só** lança “Acústico Sucateiro”. *Blog Miojo Indie*. 04 mai. 2011. Disponível em: <<http://miojoindie.com.br/apanhador-so-lanca-o-acustico-sucateiro/>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

FILIPPO, Filipi. **Acústico Sucateiro / Apanhador Só**. Projeto no *site Behance*. Disponível em <<https://www.behance.net/gallery/1804021/Acustico-Sucateiro-Apanhador-So>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

KISCHINHEVSKY, Marcelo e HERSCHMANN, Micael. **A reconfiguração da indústria da música**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-compós, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/524/508>>. Acesso em: 28 out. 2015.

LEMOS, André. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LEMOS, André. **Ciber-Cultura-Remix**. 2005. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2015.

NOIZE #65. **Antes do antes**. Noize Comunicação. 2013. Disponível em: <<http://issuu.com/noize/docs/noize65issu>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

NOIZE. **Entrevista de quinta | Apanhador Só: liberdade pra soar como se quer**. 24 mai. 2012. Disponível em <<http://noize.com.br/entrevista-de-quinta-apanhador-so-liberdade-pra-soar-como-se-quer/>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

PALUDO, Ticiano. **Reconfigurações musicais: os novos caminhos da música na era da comunicação digital (dissertação)**. Porto Alegre: PUCRS/FAMECOS, 2010.

ROCHA, Rafael. **Apanhador Só: Entrevista com Alexandre Kumpinski**. *Blog Isto é Rock Nacional*. 13 dez. 2010. Disponível em: <<http://istoero-cknacional.blogspot.com.br/2010/12/apanhador-so-entrevista-com-alexandre.html>>. Acesso em: 20 nov. 2015.

SARTORI, Lola. **Pé na porta com Apanhador Só – Parte 1**. Coletivo Veneta. Disponível em: <<https://venetacoletivo.wordpress.com/2011/05/01/pe-na-porta-com-apanhador-so/>>. Acesso em: 28 out. 2015.

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

Experiências estéticas e materialidades em duas apresentações ao vivo da banda Cachorro Grande

Caroline Govari Nunes

Considerações iniciais

Cachorro Grande é uma banda que surgiu em Porto Alegre (RS) em 1999. Idealizada pelos músicos Marcelo Gross e Beto Bruno, a banda ficou marcada, ao longo dos anos, pela postura visceral no palco: instrumentos sendo jogados para cima e destruídos ao final do show, inúmeros tipos de confrontos físicos, entre outras atitudes. Composta por Beto Bruno (vocais), Marcelo Gross (guitarra e vocais), Gabriel Azambuja (bateria), Pedro Pelotas (teclado e vocais) e Rodolfo Krieger (baixo e vocais), fixou residência em São Paulo (SP) em 2004. No dia 12 de novembro de 2018, a Cachorro Grande anunciou o fim de suas atividades. Eles seguem em turnê até a metade de 2019, e na sequência os músicos irão se dedicar a projetos pessoais. A discografia do grupo conta oito trabalhos de estúdio lançados: *Cachorro Grande* (2001); *As Próximas Horas Serão Muito Boas* (2004); *Pista Livre* (2005); *Todos os Tempos* (2007); *Cinema* (2009); *Baixo Augusta* (2011), *Costa do Marfim* (2014) e *Electromod* (2016).

Mas este texto refere-se a uma período anterior e de certa transformação na história da banda: o lançamento do disco *Costa do*

*Marfim*¹, que coincidiu com meu primeiro ano no Mestrado, e foi nesse momento que minha dissertação² tomou forma: me propus a fazer uma análise da atuação da banda no palco durante este show de lançamento – muito provocada por perceber as apresentações da Cachorro Grande pensam (ou permitem pensar em) um certo desequilíbrio performático. Além deste, trabalharei também com outro show bastante particular na história da banda, apresentado na sequência. Cabe salientar que a discussão sobre performance³, aqui, quando aparece, não remete à discussão conceitual estrita sobre o termo, tal como feita, por exemplo, em Carlson (2010) e Cardoso Filho (2014). Performance aqui diz respeito à atuação, à apresentação ao vivo, que é onde se propõe pensar o desconforto, o risco,

1. Em 2014, de forma independente, a banda lançou o *Costa do Marfim*, disco produzido por Edu K, o qual se destacou por uma novidade: o flerte com a música eletrônica, característica da *Madchester*, cena musical de Manchester (UK), e um abandono da estética sessentista até então apresentada. Todo o conceito do *Costa do Marfim* – das composições, passando pela produção musical até chegar ao show – fez com que a banda se submetesse a uma repaginação. Como a cena de *Madchester* possuía uma ligação com a psicodelia, a banda viu-se diante da necessidade de transformar o show em uma experiência sensorial muito maior e mais intensa. O uso das bases eletrônicas trouxe outra sonoridade e inclusive o visual foi mudado: os integrantes abandonaram os ternos pretos e apareceram com um vestuário totalmente diferente.

2. A dissertação, intitulada *As próximas horas serão muito boas. Materialidades e estéticas da Comunicação em duas apresentações ao vivo da banda Cachorro Grande*, está disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5183>. Nela, além das questões estéticas e materiais, ângulos teórico-temáticos sobre questões identitárias, indústrias criativas, arqueologia do rock gaúcho e cenas musicais também são desenvolvidos.

3. Para isso, indicamos livros como “Performance: Uma introdução crítica”, de Marvin Carlson (2010) e “Experiência estética e performance”, organizado por Benjamin Picado, Carlos Magno Camargos Mendonça e Jorge Cardoso Filho (2014).

o performático enquanto acontecimento no palco, diante de novas possibilidades e, como veremos, experimentações da banda.

As estratégias metodológicas com os quais trabalho foram baseadas no método etnográfico proposto por Winkin (1998) e Laplantine (2004), entre outros autores. Técnicas como observação participante, entrevistas em profundidade, fotos e diário de campo fizeram parte de meus procedimentos e foi justamente aí, por perceber, após ampla observação e descrição densa, que um show de rock pode “exigir” um certo abandono da dimensão hermenêutica, que apresento essa discussão sobre experiência estética. Quando falo em experiência estética, falo de atuações no palco, da materialidade dos movimentos corporais impostos pelos *media*, de elementos musicais, da brutalidade e dos confrontos sensoriais presenciados em uma apresentação da Cachorro Grande.

A observação empírica trata-se de dois shows específicos, que são discutidos à luz da teoria das materialidades. Um dos shows é o lançamento do disco *Costa do Marfim*, que comentei anteriormente, que aconteceu em 9 de outubro de 2014, no Bar Opinião; o outro é o “Concertos Dana: Cachorro Grande e Orquestra de Câmara da ULBRA”, que aconteceu em 22 de novembro de 2014, no Salão de Atos da UFRGS, ambos em Porto Alegre. A escolha por este empírico se deu porque ambos eram shows muito particulares e que abririam, para a própria banda, um “portal” para novos experimentos. Várias questões foram levantadas a partir daí, e todas serviram de elemento para pensar essas duas apresentações como um espaço de reinvenção e reelaboração performática da Cachorro Grande.

Experiência estética e a teoria das materialidades

Ao refletir sobre as formas de apreender a experiência estética, Cardoso Filho (2011) exemplifica a efemeridade através dos encontros entre o “homem” e o “rio”: quando se percebe que tal encontro não se repetirá, abre-se a possibilidade de fruir a particularidade de cada encontro entre homem e rio de maneiras profundas – maneiras que não se tornam uma bagagem definida, comenta o autor, mas que podem ser modificadas à medida que encontros com outros “rios” se estabelecem.

É justamente aí que penso sobre a efemeridade de um show de rock (o show de rock será discutido, de fato, no subtítulo seguinte): a banda não é a mesma, nós não somos os mesmos, e o local, que em algumas ocasiões até pode ser o mesmo, também teve suas mudanças. Entender as particularidades da experiência estética no campo da Comunicação – e em um show de rock, por que não? – nos parece algo importante, afinal, toda e qualquer experiência deixa marcas.

Cardoso Filho (2011) percebe que, de dez anos para cá, o campo de estudo comunicacional está cada vez mais preocupado com os processos e menos com os produtos. Expressões como “deslocamento”, “fluxos” e “errância” são alguns exemplos dessa preocupação. No que diz respeito aos estudos de uma estética da Comunicação, “parece uma tendência assumir que a configuração social atual desloca o cerne das reflexões das artes para a experiência, do produto para o processo (SEEL, 2003; GUIMARÃES, 2006; BRAGA, 2010)” (CARDOSO FILHO, 2011, p. 41). A partir disso, o autor tem o intuito

de tratar dessa discussão acerca das experiências estéticas no campo da Comunicação, questionando as prováveis formas de apreender essa experiência por um ponto de vista comunicacional.

Experiência é o conceito fundamental do pragmatismo, seja nas formulações de Charles S. Peirce, William James ou John Dewey (POGREBINSCHI, 2006). Cardoso Filho opta por trabalhar com as proposições de Dewey, o qual possui maior afinidade com as conjecturas peirceanas⁴, especialmente no que se refere à necessidade de experimentalismo. A este procedimento Dewey chama investigação (também conhecido como inquérito), que garante à experiência uma constatação assegurada. Para o autor, o uso do termo “experiência” vai assinalar a “interação constante e necessária estabelecida entre um organismo e o ambiente, a qual não é de caráter exclusivamente simbólico, mas, sobretudo, uma característica físico-natural” (CARDOSO FILHO, 2011, p. 42).

Impulsões são o início da experiência completa porque elas provêm de uma necessidade; uma fome e demanda que pertencem ao organismo como um todo e que pode ser satisfeito apenas a partir da instituição de relações definitivas (relações ativas, interações) com o ambiente. A epiderme é apenas o mais superficial modo de indicação sobre onde o organismo acaba e o ambiente começa (DEWEY, 2005, p. 61. Tradução de Cardoso Filho).

4. Não se trata, aqui, de fazer uma resenha de Peirce. Para isso, sugiro alguns trabalhos de Lucia Santaella como “A assinatura das coisas: Peirce e a literatura” (1992), “Os significados pragmáticos da mente e o sinequismo em Peirce” (2002), “Comunicação e semiótica” (2004) e “O método anticartesiano de CS Peirce” (2004).

Este enunciado adverte que, para Dewey, a experiência não pode ser nem consciência, nem somente conhecimento, mas é tudo que pode ser experimentado por um sujeito na relação com o ambiente em que está inserido – e são justamente as condições neutras ou entraves impostos pela circunstância à interação do sujeito com o ambiente que colaboram para que os sentidos presentes naquela relação se esclareçam, contribuindo ao desenvolvimento da experiência (CARDOSO FILHO, 2011).

Também falando sobre a importância das contribuições de Dewey para o debate sobre a experiência, César Guimarães e Bruno Leal afirmam:

Sendo “interação”, a experiência para Dewey certamente não é “etérea”, está implicada nas condições e nas dimensões concretas da relação do indivíduo com o ambiente e conseqüentemente não pode ser caracterizada por outro aspecto exclusivamente. Em outras palavras, isso significa que a “experiência” exige a mobilização sensorial e fisiológica do corpo humano; é ao mesmo tempo uma atividade prática, intelectual e emocional; é um ato de percepção e, portanto, envolve interpretação, repertório, padrões; existe sempre em função de um “objeto”, cuja materialidade, condições de aparição e de circunscrição histórica e social não são indiferentes (GUIMARÃES; LEAL, 2007, p. 6).

Com isso, Cardoso Filho (2011) entende que são essas movimentações sensoriais e fisiológicas que revelam a experiência conduzida. Elas expõem o comportamento adotado no processo de interação entre sujeito e ambiente, o que consente o tratamento da experiência

como algo não somente relacionado ao conhecimento, mas ligado à ação – inclusive à ação cotidiana. Dessa observação, duas consequências indispensáveis podem ser extraídas: a primeira, que diz respeito às interações que constituem um “corpo de crenças presentes na cultura de uma sociedade e as relações que este mantém com as instituições e práticas sociais” (POGREBINSCHI, 2006, p.130), de modo que a experiência se acomoda como algo impessoal; e a segunda, que me parece muito importante, quando falo de um show de rock: “é que a experiência não ocorre *em* um sujeito nem *a* um sujeito, mas *nas* situações” (CARDOSO FILHO, 2011, p. 43, destaques do autor). Isso acontece porque o “organismo e ambiente não são duas entidades, mas duas fases integradas de um só e único processo. O organismo não vive dentro de um ambiente, mas por meio de um ambiente” (OGIEN; QUERÉ, 2005, p. 38-39, tradução de Cardoso Filho).

Gumbrecht também é alguém que discute amplamente o conceito de experiência estética. O autor comenta que “a condição de não ser acessível nos nossos mundos cotidianos não é, de modo algum, uma exclusividade da experiência estética” (GUMBRECHT, 2006, p. 50). Então aquilo que chamamos de “belo”, explica, se refere a sentimentos que almejamos e que, dessa forma, aproveitamos a qualquer momento no qual consigamos desfrutá-los na excepcionalidade da experiência estética.

Para Kant, a experiência estética causa “sentimentos íntimos” de diferentes naturezas: “ou sentimento da ‘finalidade sem fim’ (o que chamamos de ‘belo’) ou o sentimento de algo que excede as dimensões e os conceitos que usamos normalmente para enfrentar o mundo (que chamamos de sublime)” (GUMBRECHT, 2006, p. 52). O conte-

Figura 1: Show de lançamento do disco *Costa do Marfim*



Figura 2: Concertos Dana: Cachorro Grande e Orquestra de Câmara da ULBRA



Fonte: Registros feitos pela autora

údo dessa experiência estética, baseado nas redes conceituais desenvolvidas por Kant, Heidegger e Seel, seriam os sentimentos íntimos, as impressões e as imagens produzidas pela nossa consciência.

Quando fala sobre produção de presença, Gumbrecht (2010) se atenta aos materiais e discute o emprego dos artefatos, o efeito estético que decorre destes materiais. A teoria das materialidades faz a gente ver esses fenômenos e descrevê-los. E que novos usos estão sendo feitos desses objetos, a despeito do uso dos sentidos? O autor nos diz que o que é presente é aquilo que é tangível para nós, para nossos corpos.

Então, divididos entre estes conteúdos de experiências estéticas e as sensações que elas nos causam, e as materialidades e a produção de presença, tento pensar que a execução da música, em um evento musical, tem também a ver com os pedais – a ordem do som e a produção de efeito. Tentar não pensar essa música somente com um viés sociológico, pois há algo na música que é da ordem do arranjo, do manejo dos elementos tecnológicos e midiáticos – e isso é interessante para a música num viés comunicacional. Pensar os objetos, os materiais. Dar atenção para estes objetos que estão no palco – telão, luzes, tapete, pedestal de microfone – e que são, de certa forma, responsáveis pela singularidade de tal produção de presença e experiência estética.

Como exemplo do pensar estes materiais, trago um trecho de uma das minhas experiências de campo, o show de lançamento do disco *Costa do Marfim*:

No intervalo entre Ato 1 e Ato 2, os músicos tiraram o figurino *Costa do Marfim* e voltaram mais casuais (mas nada de terno e gravata). Boizinho tirou o fone de ouvido, já que não tinha mais as trilhas para se preocupar, Gross deixou um pouco os pedais de lado e o som voltou a ficar mais cru. A diferença foi enorme. A textura, que até então dava uma roupagem nova à banda, deu lugar às músicas retas que estávamos acostumados antes do *Costa do Marfim*. O telão, que no Ato 1 nos jogava para dentro de imagens psicodélicas y *otras cositas* más – inclusive desenhos, animais flutuando, imagens de filmes antigos –, no Ato 2 mostrava cenas antigas da banda. O Ato 1 foi uma experiência muito mais intensa – de luzes, sons, imagens, tudo – com uma pegada *rave* e *Madchester*. Não teve aquela explosão dos shows “antigos” da Cachorro Grande, mas tinha algo com diferentes texturas e formatos (NUNES, 2016, p. 81-82).

Avançando nos conceitos de Gumbrecht, temos o sujeito que, como veremos a seguir, está exatamente na base daquilo que o autor nomeia como “campo hermenêutico” (depois explicaremos o “campo não hermenêutico”) – uma conjuntura histórica desenvolvida desde o século XV, com a institucionalização da imprensa, e que pode ser sumarizada em quatro princípios fundamentais:

Primeiro, o sentido consiste numa atividade do sujeito e não dos objetos. É o primeiro quem, por meio de atos intencionais, atribui sentidos às coisas; segundo, a possibilidade de uma distinção radical entre corpo e espírito, onde o espírito era o que de fato importava à comunicação e à auto-referência humana; terceiro, o espírito conduz o sentido; quarto, em tal contexto, o corpo serve apenas como instrumento secundário, para a

articulação ou mesmo ocultação do sentido, cuja criação cabe sempre ao espírito (FELINTO, 2006, p. 44).

Gumbrecht critica essa centralidade e sugere pensar sem a centralização desse sujeito. Pensar o sujeito como acoplagem, não como único nesse processo. Aliás, o conceito de acoplagem é muito importante. Inspirado nas ideias de Humberto Maturana e Francisco Varela, ele implica um método de influência mútua entre dois sistemas. Por exemplo, a interação do corpo de Marcelo Gross com a guitarra que ele está tocando; a interação do corpo de Beto Bruno com o microfone. Mais ainda: a interação do sistema mental do guitarrista com a programação dos pedais⁵ da guitarra, por exemplo.

Para exemplificar o conceito de acoplagem, Gumbrecht mencionava que Kittler, em seu livro intitulado *Aufschreibesysteme 1800/1900* (“sistemas de notação” ou “sistemas de escrita”) sugeria que certas ideias de Nietzsche possam ter sido influenciadas pela forma (arredondada) da máquina de escrever com a qual trabalhava. Inclusive, foi Nietzsche quem escreveu que “nossos materiais de escrita contribuem com sua parte para nosso pensamento” (1990: 196). Dedicado a investigar a ascensão e queda de determinadas redes discursivas, o trabalho de Kittler pode, segundo David Wellbery, ser definido com base em três princípios básicos: *exterioridade* (que significa que as tecnologias de inscrição, de comunicação, não são meros instrumentos com os quais os sujeitos produzem sentido);

5. Pedal é um equipamento eletrônico usado para alterar o som natural de uma guitarra elétrica. É bastante utilizado durante shows ao vivo e também no estúdio.

medialidade (que é estendida por Kittler a todos os domínios do intercâmbio cultural – Umberto Eco já lembrava que todo ato de cultura é essencialmente um ato de comunicação); e o princípio da *corporalidade* (onde o corpo não é mais essencialmente um agente ou ator, e que para que possa torna-se tal deve sofrer uma restrição de suas possibilidades (FELINTO, 2006, p. 47, grifos do autor).

Felinto (2006) lembra que é pensando nisto que Karl Ludwing Pfeiffer define um dos princípios da nova teoria:

a comunicação é encarada menos como uma troca de significados, de ideias sobre [algo], e mais como uma performance posta em movimento por meio de vários significantes materializados” (1994: 6). Trata-se, assim, de uma empresa epistemológica essencialmente preocupada com “as potencialidades e pressões de estilização que reside em técnicas, tecnologias, materiais, procedimentos e ‘meios’ (*media*)” (Ibid) (FELINTO, 2006, p. 40).

Uma das principais vantagens do termo “materialidades da Comunicação” é que ele admite entender que não se trata de sugerir uma epistemologia completamente nova, mas de encarar de uma nova maneira uma noção já tradicional. Felinto (2006) comenta que falar em materialidades da Comunicação significa ter em mente que todo ato de comunicação necessita um suporte material para que aconteça. Ora, que todo ato de comunicar envolve *materialidades*, *meios* ou *significantes* é uma ideia tão natural que nem seria necessário mencionar. Entretanto, é justamente essa naturalidade que

acaba por *ocultar* inúmeros aspectos e consequências significativas das materialidades na comunicação. É o próprio Gumbrecht quem explica a posição da teoria das materialidades em relação a outros possíveis conceitos teóricos:

Nosso esforço para circunscrever as “materialidades da Comunicação” como um campo de pesquisa e reflexão não questiona necessariamente a legitimidade epistemológica de outras posições teóricas contemporâneas, nem implica qualquer pretensão de cobrir a totalidade do espaço que as ciências humanas tradicionalmente têm ocupado (GUMBRECHT, 1994, p. 396).

Um aspecto do pensamento de Gumbrecht que me parece extremamente importante, ainda mais quando proponho pensar a música por um viés não apenas sociológico, é a ideia de campo “não-hermenêutico”: um campo onde o sentido não é a principal preocupação e nem determinável. Felinto (2006) adverte que isso não significa declarar o fim da interpretação e substituí-la por outro paradigma – a teoria das materialidades não visa substituir o paradigma hermenêutico, mas sim propor uma perspectiva alternativa.

No interior desse campo não-hermenêutico (que pode ser presumido a partir da divisão sugerida por Hjelmlev entre forma e substância da expressão e forma e substância do conteúdo) opera-se um deslocamento do foco de interesse teórico, que passa da “interpretação como identificação de estruturas de sentido dadas para a reconstrução dos processos através dos quais estruturas de sentidos articulado podem emergir” (HJELMSLEV, 1994, p. 398).

Posto isso, parece plausível que qualquer objeto cultural possa ser investigado a partir de sua materialidade. Em vez de buscar a definição de um objeto de estudo específico, Felinto (2006) assegura que a teoria das materialidades aplica os mesmos princípios a objetos distintos. O que importa, lembra o autor, não é fundamentalmente a natureza do objeto, mas sim a busca de um novo modo de encarar os objetos culturais.

“Trata-se de uma disciplina legitimamente transdisciplinar, dado que qualquer campo de conhecimento – Filosofia, Literatura, Comunicação – pode ser pensado a partir do horizonte das materialidades” (FELINTO, 2006, p. 48). Em congruência com o autor, entendendo que a teoria das materialidades, mesmo sendo um *work in progress*, como frisou Gumbrecht, ao reconhecer a imaturidade da teoria, pode nos dar instrumentos para que consigamos trabalhar, sem receios, com a efemeridade e complexidade intrinsecamente características de nossos campos de estudos.

A experiência em um show de rock

Cardoso Filho (2009), ao analisar proposições de Gumbrecht em relação ao campo não-hermenêutico considera dois pontos importantes: 1) As possibilidades expressivas do corpo como meio de tensão na identificação dos mecanismos de construção da performance, isto é, a possibilidade de compreender as diferenças entre os métodos expressivos aplicados por Beto Bruno, Marcelo Gross, entre outros artistas; e 2) A materialidade dos movimentos corporais impostos pelos *media*, isto é, gestos e expressões consentidas pelo

microfone e alto-falantes, movimentos corporais impostos pela guitarra. Por exemplo, alguns movimentos corporais tipicamente associados à performance musical no rock, como o microfone giratório de Beto Bruno, que é semelhante ao de Roger Daltrey, do The Who; a guitarra de Marcelo Gross jogada para o alto, assim como a de Pete Townshend, do The Who, e a destruição dos instrumentos no final do show, como acontece na Cachorro Grande – outra possível apropriação da atuação do The Who no palco.

Ainda pensando nessas questões de performance, é também Cardoso Filho (2010) que comenta sobre a discussão de Bruce Baugh, que iniciou algumas indagações sobre a necessidade de refletir a respeito da crítica estética do rock a partir das características particulares do gênero – e não a partir de características de outros gêneros musicais. Assim, ao abordar o assunto, Baugh destaca três elementos principais: o primeiro, o ritmo, que incita o corpo a se movimentar; depois, a performance, que dá ao formato “um padrão que relaciona totalidade do sentimento investido, com as nuances do sentimento exprimido”; e, por fim, a altura do som, que é empregada como um veículo de expressão (CARDOSO FILHO, 2010).

No que diz respeito aos elementos musicais, Cardoso Filho (2010) diz que o rock se diferencia pela música eletrificada, que unifica os elementos eletroacústicos na sua dimensão poética – tanto no campo da apresentação ao vivo, quanto durante as gravações – e adere um hábito de escuta em concordância com os usos desses meios. Independente se a referência é um show de uma banda de rock ao vivo ou a escuta de uma música gravada e tocada posteriormente, os elementos eletroacústicos (como a guitarra, por exemplo) são essenciais.

Falamos várias vezes sobre o show de rock. Mas afinal, o que é mesmo um show de rock? Em algumas bandas – na mesma vertente de Lester Bangs e dos Stooges –, ele pode ser visto a partir de um nível muito básico e primitivo das dimensões da experiência humana. “Em maior ou menor grau, há um abandono da civilidade, há um flerte contínuo com a morte: jogar-se, perder os sentidos, exaurir o corpo, desnudar-se, urrar, destruir por completo os instrumentos” (SILVEIRA, 2014, p. 4). Quando falamos de um show da Cachorro Grande, identificamos características citadas acima. Enxergamos um tipo de confronto não só no que é essencialmente sonoro, mas na organização dos atores nessa prática sonora. A intenção aqui foi averiguar se esse confronto acontece também em diferentes formatos de show, como no lançamento de um disco novo – onde há bases eletrônicas pré-gravadas – e com uma orquestra de câmara, por exemplo.

Pensando nestes possíveis tipos de confrontos – dessa vez ilustrando a banda num momento de teste de sua própria dimensão performática –, trago outro trecho das minhas experiências de campo, agora do show com a Orquestra de Câmara da ULBRA:

Beto Bruno estava mesmo mais bem-comportado que o normal. No início, parecia envergonhado (e disse isso, tapando o rosto com as mãos, na primeira vez que cumprimentou o público) e não sabendo como agir. Aos poucos, pareceu ficar mais confortável. Durante o solo de “Agoniada”, o vocalista ficou sentado no chão, de frente para a banda e para a orquestra, observando a execução da música. Ele também conversou com o público, elogiou a orquestra, abraçou o Maestro e brigou com o mesmo quando este derrubou seu copo de vinho, que estava

no chão. Talvez o copo derramado tenha sido um “divisor de águas”, pois, na hora em que o copo caiu, ele gritou que “isso aqui é rock’n’roll”, e depois disso ficou um pouco mais solto no palco. Nada parecido aos shows “normais” da banda, onde ele pula enlouquecidamente, grita muito, mas jogou o pedestal do microfone e das letras de música no chão, eventualmente gritou, falou palavrões e terminou o show abaixando as calças e mostrando a bunda para a plateia (NUNES, 2016, p 88).

Então há muitas maneiras interessantes para entender uma experiência de som. Para Silveira (2014), o show de rock envolve o gestual, o corporal, o performático. Se pensarmos na especificidade confrontacional de um show de rock, lembraremos que os integrantes da Cachorro Grande, em diversas vezes, já tiveram suas integridades físicas comprometidas. Em um show no Festival Upload, realizado no Sesc Pompeia, em São Paulo, em 2002, Marcelo Gross, que sempre jogava sua guitarra para cima (como comentamos anteriormente, em referência à atuação de Pete Townshend) e a pegava durante a queda, a jogou muito alto e ela caiu na cabeça de Beto Bruno, que ficou com o rosto sangrando até o final do show. Na mesma noite, Boizinho vomitou em cima da bateria. O palco, que serviria também para um show do Los Hermanos, foi entregue todo ensanguentado e vomitado⁶.

Parece claro, então, que o show de rock (não necessariamente todo show de rock, porque não caberia, aqui uma análise dessa dimensão, mas um show de rock na vertente de Lester Bangs e dos

6. Essas informações foram cedidas por Marcelo Gross, por meio de troca de mensagens eletrônicas, em 12 de dezembro de 2015.

Stooges, na vertente do show da Cachorro Grande) submete o corpo a um teste, e descrever o fenômeno corporal faz parte das materialidades da Comunicação. No show, a banda entra para “detonar” com o público – para testá-lo; há um portal para o caos e isso, essa especificidade, faz com que tenhamos uma experiência singular, afinal, experiência não é o que acontece em um sujeito ou a um sujeito: é o que acontece nas situações. Neste caso, na situação completa, conjuntural e movente de um show de rock.

Considerações finais

Sob a perspectiva da teoria das materialidades, percebemos como os estudos transdisciplinares vêm para enriquecer o entendimento sobre os ambientes comunicacionais. Pensar e descrever os fenômenos performáticos da Cachorro Grande é estar em concordância com as materialidades da Comunicação, enxergando o momento do show como um dispositivo comunicacional que aciona materiais culturais, afetivos e sonoros.

Dessa forma, a teoria das materialidades, que faz com que olhemos para os fenômenos comunicacionais e possamos descrevê-los em sua *natureza medial*, dialogou de forma interessante com os procedimentos metodológicos adotados (descrição etnográfica + descrição das materialidades).

Como citei no início deste texto, trabalhei a performance não como uma discussão conceitual em si, absorvente e demandante, nela mesma, mas como ideia de apresentação ao vivo da banda. O ponto a destacar, portanto, é uma certa “leitura” do show no palco.

A banda em questão apresentava uma certa linearidade em sua história performática: estética retrô, influência de bandas como The Who, The Beatles e The Rolling Stones. É exatamente aí que percebo o desencaixe dos dois shows analisados no próprio fluxo da banda, que tinha uma suposta matriz estética do rock – baixo-guitarra-teclado-bateria – e neste momento se apresentou com bases pré-gravadas, dando mais atenção aos sintetizadores, e a própria apresentação com a Orquestra de Câmara da ULBRA, onde há o risco e o conflito com a música erudita e com os materiais que aparecem neste evento.

Tudo isso também tem a ver com o ímpeto do show ao vivo: é como se a banda estivesse ousando ao tocar o disco novo, assim como tocar com a Orquestra. São shows cheios de particularidades até mesmo para eles. O performático, aqui, tal como se apresentou, é essa “apresentação de risco”, é vir a público assumindo-se indeterminações nesses shows, que são os shows onde a banda não está na sua zona de comodidade, em todos os aspectos, materiais e estéticos. Negociando-se aí um certo “núcleo mais roqueiro” do qual não abrem mão por completo.

Analiso este desencaixe do ponto de vista estético e do ponto de vista material. Os dois shows analisados aconteceram em momentos de transição – em momentos em que a banda está tensionando a sua própria identidade estética. Isto é, estou pressupondo os usos habituais dos instrumentos, das materialidades, da estética que eles adotaram durante os anos anteriores. Nestes dois eventos, a banda não está simplesmente fazendo um show de rock; ela está, de certa forma, submetida a uma prova, colocando-se à prova.

Toda a discussão de materialidades e estéticas serviu para priorizar a minha experiência nesse *ao vivo*. Trago um relato de dentro, onde acabo descrevendo aquilo que é tangível para mim, para o meu corpo (como adverte Gumbrecht). O que percebi foi uma reelaboração da apresentação da banda nos dois shows – no volume da guitarra, no aumento da sintonia entre os integrantes, na concentração ao testarem novos materiais, no gestual: praticamente tudo foi afetado.

No primeiro show, o de lançamento do disco *Costa do Marfim*, acabei dando mais atenção à própria dimensão das particularidades de uma experiência (Cardoso Filho [2011], Gumbrecht [2006]). Um show novo, com o uso de telão, bases eletrônicas, novos dispositivos comunicacionais sendo ativados pela banda e causando efeitos inéditos naquela situação do show.

No segundo show, com a Orquestra de Câmara da ULBRA, o desempenho também foi afetado, mas de forma diferente à afetação causada durante o lançamento do *Costa do Marfim* – principalmente por ser um ambiente onde a banda não estava acostumada a tocar, permitindo-se arriscar diante daquela nova experiência.

Se os gêneros tipificam as performances, e a performance em um show é de todos – não só da banda –, posso, inclusive, dizer que a atuação do público do Salão de Atos da UFRGS também foi afetada pela Orquestra: esta foi totalmente diferente, pois os fãs da banda assistiram a um show sentados e tiveram uma experiência estética onde diferentes texturas e sonoridades se sobressaíram, à qual eles tiveram que se familiarizar. Não teve “*air guitar*”, nem pulos, nem gritos. Só aplausos entre as canções. No final das contas, o que aconteceu ali, no Salão de Atos da UFRGS, além dos elementos rompi-

dos, foi uma experiência onde a atuação no palco e a especificidade da Cachorro Grande foi alterada.

Se um show de rock pode ser um dispositivo de confronto, não podemos pensá-lo também sob um daqueles sete fascínios a que Gumbrecht (2007) se referiu? Um dos fascínios de que Gumbrecht nos fala é o confronto com a morte em potencial – um enfrentamento da possibilidade da destruição física pessoal. No show da Cachorro Grande, principalmente quando os músicos destroem os instrumentos, há também uma destruição física em potencialidade – seja pelo (quase) flerte com a morte, quando a cabeça de Beto Bruno é atingida pela guitarra e mesmo assim continua-se o show, seja mostrando a bunda para a plateia de um Salão de Atos praticamente lotado. Claro, o que temos são duas ocorrências ilustrativas – e não se trata, aqui, de atestar, empiricamente, com certo simplismo, a existência do dispositivo de confronto, o qual está além desses fatos que porventura o confirmariam.

Trata-se, portanto, de entender um show de rock em sua complexidade e em sua abertura ao imprevisto; como uma imagem dialética, num momento cristalizado, tal qual Benjamin (1987) comentou. Parece-me adequado pensar, então, o show de rock sob o sintoma de um “caráter destrutivo” (que seria algo alegre, jovial, pois “destruir rejuvenesce”), também avaliado por Benjamin, como apontou Silveira (2014). Ou seja, um momento de abertura ao imprevisto, que pode nos levar ao conteúdo de uma experiência estética carregado de sensações íntimas que surgem e desaparecem repentinamente, e que, neste caso, resultam em duas circunstâncias situacionais historicamente específicas na carreira da Cachorro Grande.

Referências

BENJAMIN, Walter. O caráter destrutivo. In: BENJAMIN, Walter. **Rua de Mão Única**. São Paulo – SP: Editora Brasiliense, 1987, p. 235-237.

CARDOSO FILHO, Jorge. **Da performance à gravação: pressupostos do debate sobre a estética do rock**. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.13, n.2, p. 1-16, maio/ago. 2010.

_____. **Para “apreender” a experiência estética: situação, mediações e materialidades**. In: Revista Galáxia, São Paulo, n. 22, p. 40-52, dez. 2011.

_____. **As materialidades da canção midiática contribuições metodológicas**. In: Revista Fronteira (Cessou em 2008). Cont. ISSN 1984-8226 Revista Fronteiras (Online), v. 11, p. 80-88, 2009.

FELINTO, Erick. **Passeando no labirinto**. Ensaio sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006. 116 p. (Coleção Comunicação – 40), p. 35-51.

GUIMARÃES, C.; LEAL, B. **Experiência mediada e experiência estética**. Anais da XVI COMPÓS. Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2007.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Pequenas crises. Experiência estética nos mundos cotidianos. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno; MENDONÇA, Carlos Camargos (orgs.). **Comunicação e Experiência Estética**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006, p. 50-63.

_____. O campo não-hermenêutico ou a materialidade da Comunicação. In: GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Corpo e Forma**. Ensaios para uma crítica não-hermenêutica. Rio de Janeiro – RJ: Ed.UERJ, 1998, p. 137-152.

_____. **Produção de Presença.** O que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro,RJ: Contraponto Editora, Editora PUC-Rio, 2010.

_____. Fascínios. In: GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Elogio da Beleza Atlética.** São Paulo: Cia. das Letras, 2007, p. 108-142.

LAPLANTINE, François, 1943 – **A descrição etnográfica**/François Laplantine; [tradução João Manuel Ribeiro Coelho e Sérgio Coelho]. São Paulo: Terceira Margem, 2004.

NUNES, Caroline Govari. **As próximas horas serão muito boas.** Materialidades e estéticas da Comunicação em duas apresentações ao vivo da banda Cachorro Grande. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola da Indústria Criativa, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2016, 169 p.

SILVEIRA, Fabricio. **Show de rock como dispositivo de confronto.** GT Comunicação e Experiência Estética do XXIII Encontro Anual da Compós, UFPA, Belém, 2014.

WINKIN, Yves, 1953 – **A nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo** / Yves Winkin; organização e apresentação de Etienne Samain; [tradução Roberto Leal Ferreira]. – Campinas, SP: Papirus, 1998.

Psicogeografia, Cenas de Música Popular e Métodos de Mapeamento Móvel: Experimentos Pedagógicos Transdisciplinares no Mapeamento de Cenas Urbanas na Cidade Baixa, 2014-2015¹

Michael Goddard

Introdução

Este texto deriva de uma pesquisa para o projeto *Creative Industries, Cities and Popular Music Scenes: The Social Media Mapping of Urban Music Scenes*, financiado pela CAPES e conduzido em uma parceria entre a Unisinos e a Universidade de Salford, entre 2014 e 2017, observando cidades e cenas da música popular em Manchester, Reino Unido, e em Porto Alegre, Brasil. Tomando como foco central desse projeto as relações mútuas entre as cidades e as cenas musicais, este capítulo irá especificamente focar no uso de métodos de pesquisa cartográficos e arqueológicos em seminários conduzidos com estudantes de mestrado e doutorado durante o projeto em 2014 e 2015, com vistas a mapear tanto a distribuição espacial de diferentes cenas musicais no interior da cidade e as formas como a música popular funciona como um arquivo da memória

1. Tradução: Demétrio Rocha Pereira e Marcelo Bergamin Conter.

cultural, com base em abordagens midiarqueológicas sobre o arquivo, a exemplo do trabalho de Wolfgang Ernst.

Em vez de adotar uma abordagem de comparação direta entre as duas cidades, o que seria contraprodutivo dadas as suas diferentes posições nas economias culturais globais de produção e circulação musical, os seminários se engajaram nas formas como as relações entre música popular, cidades e indústrias criativas têm sido teorizadas, pesquisadas e mapeadas em Manchester e outras localidades, baseando-se tanto em publicações acadêmicas e não acadêmicas quanto em uma gama de outros materiais, como documentários, mapas musicais e arquivos como o Manchester District Music Archive (MDMA). Outros tópicos, como as cenas musicais e culturais, métodos midiarqueológicos e cartográficos, bem como indústrias criativas e métodos digitais, também foram abordados, antes do envio de estudantes para a cidade para que colocassem esses conhecimentos em prática.

A questão central colocada pela pesquisa do nosso projeto é como as práticas de música popular de cidades relativamente marginais podem constituir uma forma de memória cultural e coletiva (MISZTAL, 2003), e como tais práticas podem ser mapeadas, pesquisadas e arquivadas com o uso de tecnologias digitais e móveis. Os resultados iniciais dessa pesquisa sugerem que mapear já é sempre uma forma de arquivar, e portanto tem potencial para gerar formas ricas de memória cultural em torno de cenas musicais específicas. Além disso, a natureza interativa dos arquivos digitais e móveis significa que esses arquivos estão mais para o que Ernst chama de “anarqui-

vos” (2013, pp. 139-140) com potenciais interativos e *affordances*² que os previnem de funcionar como arquivos hierárquicos tradicionais, em vez disso fazendo-lhes geradores de novas relações com o conhecimento, as heranças históricas oficiosas e a memória coletiva. A consequência é que a reunião desses arquivos possibilita intervir positivamente na vida cultural da localidade em que eles emergem, especialmente se tais arquivos puderem ser remediados utilizando tecnologias móveis e digitais interativas e acessíveis.

Isso necessariamente levanta questões mais amplas sobre a distribuição desigual das indústrias de música popular global, comentada por Hesmondhalgh entre outros autores (HESMONDHALGH, 2012, p. 269-309; FLEW, 2012), e que influencia se as cidades serão suscetíveis a responder a tais iniciativas, predispostas que estão a valorizar cenas específicas de música popular como elementos vitais da memória cultural. Enquanto já se mostrou ser esse o caso em Manchester e diversas outras cidades do Reino Unido, isso está apenas nascendo em Porto Alegre, no caso de gêneros como o rock gaúcho, que no entanto é um gênero musical popular e duradouro na cidade, tanto local quanto transnacional em suas influências ecléticas, e já fazendo emergir publicações acadêmicas e não acadêmicas e outras formas de celebração e memória cultural.

2. Termo criado pelo psicólogo estadunidense James G. Gibson (1904-1979) para descrever as condições de ação conferidas pelo ambiente (ou, nesse caso, por objetos midiáticos) a um determinado agente. Para Gibson, percebemos antes as *affordances* de um objeto, ou as possibilidades de ação que ele apresenta, e não o conjunto de suas “qualidades”. (N. do T.).

Métodos de pesquisa baseados em cartografia e arqueologia da mídia

Uma das principais fontes de inspiração do nosso projeto foi a série de projetos conduzida por Sara Cohen et al, em especial *Popular Musicscapes and the Characterisation of the Urban Environment* (AHRC 2007-2009) e *Popular Music Heritage, Cultural Memory, and Cultural Identity, the Humanities in European Research Area* (ERA 2010-2013), junto a suas respectivas publicações, que foram literatura-chave para o nosso projeto como um todo. Especialmente importante foi a adoção de metodologias de mapeamento junto a métodos etnográficos mais convencionais para a pesquisa de práticas de criação musical em Liverpool, no Reino Unido:

Enquanto a pesquisa etnográfica forneceu fundação para a abordagem metodológica do projeto, ele também envolveu pesquisa de arquivo e o uso de mapas e de mapeamento como ferramenta de pesquisa. De fato, um de seus principais objetivos era explorar o uso de tecnologias de mapeamento digital para desenvolver uma historiografia espacial da música” (COHEN, 2012a, p. 588)³.

Cohen e seu time de pesquisadores complementaram o uso de métodos mais convencionais de mapeamento de criação musical com o uso de tecnologias SIG (Sistema de Informação Geográfica), mas tam-

3. A tradução do texto incluiu todas as referências diretas do autor a outras obras. (N. do T.).

bém recorrendo a informantes para que produzissem os seus próprios mapas técnicos com caneta e papel, abordagem que também incorporamos na nossa metodologia de pesquisa. Também tivemos um foco um tanto diferente já que estávamos interessados não só nas práticas de criação musical, mas também nas práticas dos consumidores e das subculturas da música, bem como em uma variedade de outros atores nas cenas musicais locais, como *promoters* e jornalistas.

Nesse respeito, nosso foco de atenção estava mais próximo de projetos de arquivamento de música independente, como o *Manchester District Music Archive* (MDMA), que é um arquivo de música interativo e pesquisável, permitindo que qualquer pessoa relacionada com a música de Manchester faça o *upload* de textos, fotos de memorabilia e artefatos musicais, áudios e vídeos, com suas devidas *tags* e identificações: (<http://mdmarchive.co.uk>). Entretanto, ainda que interativo, esse projeto não apresentava o elemento de mapeamento móvel que esperávamos desenvolver.

Havia, entretanto, mais questões teórico-metodológicas levantadas pelo projeto de Cohen que também incorporamos ao nosso, em torno do que, precisamente, um método cartográfico móvel podia acrescentar a métodos sócio-científicos mais convencionais de pesquisa etnográfica e em arquivo. Assim como na pesquisa de Cohen, ainda perseguíamos esses métodos, conduzindo, por exemplo, uma série de grupos focais e pesquisa de arquivo extensiva sobre a cobertura do rock por jornais de Porto Alegre, mas tentamos tanto quanto possível marcar essa pesquisa com identificadores geográficos, para que o discurso dos informantes nos grupos focais pudesse ser indexado ao mapa musical interativo que estávamos desenvolvendo

junto a esses outros métodos de pesquisa, pedindo, por exemplo, que eles desenhassem os mapas de suas próprias experiências nas cenas musicais da capital gaúcha. Isso seria feito mais diretamente nos seminários de pós-graduação, que incorporaram, ambos, exercícios em que os estudantes saíam às ruas para mapear, em grupos, aspectos das cenas musicais locais.

Entretanto, como o projeto de Cohen também revelou, não era suficiente meramente indexar enunciados a localizações geográficas para seguir uma metodologia de mapeamento; também era necessário se engajar em percursos pela cidade, para capturar a experiência móvel da música popular urbana seja como produtor ou consumidor. Para isso, tomamos inspiração tanto no conceito de Walter Benjamin de *flâneur*, notadamente em *The Arcades Project* (BENJAMIN, 2002) e seu trabalho sobre Baudelaire, quanto nas práticas situacionistas de psicogeografia e *deriva* (ver SADLER, 2009).

O conceito de psicogeografia não foi desenvolvido em um contexto acadêmico, mas sim urbano e contracultural, baseado em perambular a cidade de uma forma incerta mas não aleatória, prestando atenção aos estados mentais e emocionais induzidos por diferentes ambientes urbanos, bem como à experiência da própria deriva. O que nos importava aqui era a ideia de uma passagem através do espaço urbano, com atenção aos espaços de intervalo, bem como a locais-chave, distintamente de uma representação estática daquele espaço. Buscamos, em última instância, capturar esses percursos pela cidade em nosso mapa musical interativo. Um dos primeiros exemplos do uso desse método no projeto foi a deriva urbana conduzida pelo pesquisador Fabricio Silveira com a fotógrafa Tainara

Becker (Figura 1, Figura 2), que buscou recriar os passos da jornada que o pesquisador Jeder Janotti Jr. havia feito na cidade mais de uma década atrás (JANOTTI JR, 2000), revisitando exatamente os mesmos locais, muitos dos quais haviam agora mudado consideravelmente e, em alguns casos, deixado de existir. Mas esse não era meramente um caso da *flânerie* como método de pesquisa, mas a tentativa de recapturar a experiência de deriva em si mesma, tanto pela forma como o texto foi composto quanto pela incorporação de fotos que reproduziam diferentes localidades urbanas pela perspectiva desse movimento entre elas, em vez da estética convencional de enquadramento.

Figuras 1 e 2



Fonte: Tainara Becker

A ideia de retrazar uma jornada de pesquisa anterior também traz inevitáveis questões sobre a memória cultural e a arqueologia das mídias. Não apenas há questões sobre quais aspectos da paisagem urbana ainda estão presentes e quais elementos desapareceram, mas também sobre quais traços desses lugares perdidos existem na cidade. Tal abordagem é tanto psicogeográfica quanto inspirada na *hauntology* (ver FISHER, 2014; REYNOLDS, 2012), e também trata a paisagem urbana como uma forma de arquivo informal, abordagem em direta proximidade com a arqueologia das mídias. Uma linha de proximidade é ao que Erkki Huhtamo, aprofundando o pensamento de Ernst Curtius, chama de *topoi*, que é tanto um “tópico” quanto um “lugar comum”, um tema, modelo ou clichê compartilhado, atravessando diferentes modos de expressão. Huhtamo atualiza esse conceito da literatura e da história da arte para a *media art* contemporânea e o design técnico (Huhtamo in HUHTAMO; PARIKKA, 2011). Mas que melhor “lugar comum” para a modernidade do que uma rua da cidade (*insight* por trás também da escavação midiarqueológica das passagens – *arcades* – por Walter Benjamin)? Tanto para Benjamin quanto para Huhtamo, os *topoi* do mundo clássico talvez encontrem o seu equivalente mais potente na cultura publicitária (HUHTAMO, 2011, p. 39), e uma das localidades-chave para tal publicidade é o espaço urbano.

O mesmo vale para as culturas do rock e da música eletrônica e os traços do seu passado – as camadas de pôsteres de shows e festas, grafites sobre música e locais de herança informal constituem um arquivo urbano desordenado que pode ser lido por um observador astuto e antenado. Como mencionado antes, não se trata de um ar-

quivo nos sentidos institucional e hierárquico convencionais, mas de um anarquivo caótico, correspondendo à descrição de Ernst da Internet como “um anarquivo de dados sensoriais para os quais nenhuma cultura arquivista genuína ainda se desenvolveu” (ERNST, 2013, p. 139). A ideia de que o ambiente urbano é um arquivo a ser lido por seus traços do passado pode ser vista como implícita na psicogeografia situacionista ou em *insights* hauntológicos sobre haver mais espaço urbano do que o olho deixa ver. Ela também informou outro projeto de Sara Cohen, nomeadamente a ideia de desautorizar a herança da música popular – (*Unauthorising Popular Music Heritage*, COHEN; ROBERTS, 2013) –, articulada precisamente em torno de locais urbanos não reconhecidos institucionalmente como portadores de valor histórico ou cultural, e ainda assim sujeitos a práticas de rememoração não-oficial.

Essa cultura de arquivo, ou talvez de “anarquivo”, é precisamente o que o restante deste ensaio busca desenvolver em relação aos seminários conduzidos como parte do projeto. Especificamente, discutirei os exercícios psicogeográficos conduzidos como parte essencial dos seminários, que por uma pedagogia experimental e psicogeográfica buscou pôr os saberes-chaves discutidos no seminário à prova da experiência urbana, bem como testar algumas das hipóteses-chave do próprio projeto sobre o valor de metodologias cartográficas móveis.

Psicogeografia e Métodos de Mapeamento Móvel como Pedagogia Alternativa

Como já dito, os seminários começaram com conceitos e materiais relacionados às indústrias criativas, cenas de música popular, estudos urbanos e métodos de mapeamento móvel. Em particular, utilizamos o trabalho de David Hesmondhalgh sobre as indústrias culturais para rastrear como conceitos monolíticos da indústria cultural agora deram lugar a múltiplas indústrias culturais que organizam o trabalho e a criatividade, circulam produtos culturais e estruturam seus processos complexos de consumo. Também observamos o legado de teorias críticas da cultura e algumas das críticas em torno de políticas baseadas em implantar indústrias culturais como modelos de negócio. Em particular, isso se deu por meio de um engajamento crítico com noções sobre a “classe criativa” e as “cidades criativas”. Isso levou a um engajamento com a teoria urbana, especialmente o trabalho de Saskia Sassen (2002), e finalmente a cenas de música popular, com base nas obras de Straw sobre cenas de música popular (1997); *Why Music Matters* (2013), de Hesmondhalgh; e os projetos de Cohen já mencionados.

Entretanto, essas explorações das interseções entre indústrias criativas, cidades e cenas de música popular não foram apenas conduzidas via leituras teóricas, mas também por meio de estudos de caso, a exemplo da transformação de cidades pós-industriais como Manchester em cidades criativas e a gentrificação de metrópoles como Londres e Nova York, em documentários como *Joy Division*

(2007), de Grant Gee, e *Kill Your Idols* (2004) e *Blank City* (2010), estes sobre o cinema e a música No Wave de Nova York. A ideia não era reduzir as cenas urbanas de música popular a esses modelos, mas mostrar como indústrias criativas e processos urbanos como a gentrificação se entremeavam de forma inseparável, sendo fundamentais para a experiência e o desenvolvimento urbanos.

No segundo ano do seminário, uma abordagem levemente diferente foi adotada, focando mais nos conceitos de memória cultural de Myształ e da arqueologia das mídias, especificamente as relações entre a arqueologia das mídias e o arquivo, tal como exploradas no trabalho de Ernst (2012). Isso envolveu a abordagem, já apresentada, de ver o espaço urbano e especialmente a rua como arquivos informais de cenas musicais presentes e passadas e de outras indústrias criativas, adotando um engajamento mais aprofundado com a psicogeografia e a deriva, para de fato “arquivar este arquivo”, ou seja, utilizar a exploração urbana como forma de pesquisar a memória cultural urbana.

Seguindo esse pano de fundo teórico e histórico, os exercícios psicogeográficos foram conduzidos em ambos os seminários de pós-graduação, de 2014 e de 2015. Em 2014, a aula começou fora do cinema Guion, na Cidade Baixa, eixo de muitas das cenas de música popular de Porto Alegre. Os estudantes foram brevemente apresentados à psicogeografia e à deriva, sendo encorajados a incorporar elementos aleatórios em sua pesquisa urbana. Munidos de mapas impressos, eles então se dividiram em pequenos grupos com objetivos específicos nos arredores. Os grupos precisavam retornar para o ponto de partida dentro de três horas e então transformar sua pes-

quisa de cartografia urbana em apresentações mais formais. Cada grupo adotou uma estratégia diferente, fazendo uso de mídias que iam desde mapas rabiscados a mão, fotos, vídeos a Instagram e mapas do Google com anotações digitais. Alguns grupos incorporaram ativamente elementos de acaso como pedir a transeuntes que indicassem a direção a ser tomada em seguida, enquanto outros tiveram desde o início uma ideia clara de quais localidades eles precisavam achar. Os objetos da pesquisa também variaram de exemplos óbvios como clubes e casas de show até locais menos óbvios como ajuntamentos informais, grafite de rua e cartazes relacionados a cenas musicais. As imagens apresentadas foram retiradas da pesquisa de um desses grupos. As apresentações desse grupo então subsidiaram os projetos finais dos alunos, que foram informados pelas metodologias apresentadas ao longo do seminário e testadas no espaço urbano por meio das derivas de grupo⁴.

No ano seguinte, esse exercício foi adaptado para tirar proveito de seus êxitos e generatividade para a pesquisa e o projeto. Em vez de poucas horas, os estudantes tiveram uma aula inteira para discutir métodos de pesquisa psicogeográficos e cartográficos, bem como planejar suas próprias pesquisas urbanas. Além disso, em sintonia com a mudança de foco do seminário em favor da memória digital, arquivos e arqueologia da mídia, os alunos foram encorajados a ver o ambiente urbano como repositório de arquivos urbanos, “de rua”, com a tarefa de “arquivar” digitalmente esses arquivos enquanto ma-

4. Disponível em: <<http://www.poamusicscenes.com.br/wp/wp-content/uploads/2017/01/MappingCB1-Belisa-Lauro-Tauana-Thais.pdf>>. Acesso em 24 ago. 2017.

peamento de uma indústria criativa específica. Para um grupo, isso consistiu numa trajetória automobilística mais narrativa em torno dos pontos de música popular da Cidade Baixa, adotando a perspectiva de um *ingénue flâneur*, e no que eles poderiam descobrir em uma noite na área, escolha que na verdade refletia a experiência de muitos dos membros do grupo. Isso resultou em uma apresentação de Power Point e diversos arquivos de vídeo e áudio capturando essa deriva interativa⁵.

Em contraste, o outro grupo investigou indústrias criativas audiovisuais através da produção de um curta-metragem⁶ em locais que iam desde uma locadora de vídeos pornográficos até uma casa de produção cinematográfica e uma cabine de projeção de um *art cinema*, combinando entrevistas e documentação com sequências de montagem. Esse foi um projeto especialmente interessante, por ter não apenas buscado traços de audiovisual em uma diversidade de locais de produção e consumo de audiovisual, mas também interrogado noções de mediação audiovisual por meio de sua própria forma, chamando atenção para os seus próprios processos de mediação, ao mesmo tempo em que mostrava como as lembranças dos moradores de Porto Alegre eram filtradas por suas próprias lembranças audiovisuais. Finalmente, terminando no bar cinematograficamente tematizado Quentin's, outra forma de memória cultural audiovisual

5. Disponível em: <<http://www.poamusicscenes.com.br/wp/wp-content/uploads/2017/01/MappingCB2-Felipe-Gabriela-Jonas-Giovana.pdf>>. Acesso em 24 ago. 2017.

6. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eeH4_Ebfmso>. Acesso em 24 ago. 2017.

foi abordada, desta vez global e não local, levantando algumas das questões sobre imperialismo cultural *versus* apropriação local estudadas por Hesmondhalgh.

Em geral, as ricas atividades dos alunos nesses dois exercícios confirmaram, para nós, a riqueza de usar técnicas cartográficas de mapeamento para pesquisar cenas de música popular em Porto Alegre, bem como prover material potencial (fotos, vídeo, áudio) a ser incorporado no desenvolvimento futuro do website interativo do projeto.

Conclusões

A ideia por trás dos seminários era colocar em prática os conceitos e metodologias que fundamentavam nosso projeto mais amplo e dar aos alunos a oportunidade de experimentar com eles, tanto em sala de aula quanto na cidade. Com base na experiência de testar os métodos móveis nos seminários e no trabalho produzido pelos alunos em ambos esses exercícios de grupo e nos seus projetos finais, algumas conclusões podem ser esboçadas.

Primeiramente, em relação à já rica literatura sobre cenas musicais e espaço urbano, parece claro que ela pode ser desenvolvida tanto em relação a espaços urbanos como Porto Alegre, que têm ficado tradicionalmente fora dos mapeamentos das cenas de música globais e cenas de rock em particular; quanto em relação ao desenvolvimento de abordagens cartográficas para o estudo de cenas de música popular, que podem ser proveitosamente estendidos para o uso de tecnologias digitais móveis, que vinham sendo utilizadas

como ferramentas de pesquisa de forma limitada, com base em fases anteriores do desenvolvimento tecnológico.

O engajamento dos alunos no mapeamento e na pesquisa sobre espaços urbanos e cenas culturais próximas de suas próprias experiências culminou em ricos resultados pedagógicos, não apenas nesses experimentos de grupo; em vez de precisar assimilar e dominar um corpo de conhecimento descorporizado, dar aos alunos a oportunidade de se relacionar com a sua própria cidade e desempenhar esse conhecimento por meio de práticas urbanas foi uma experiência rica e recompensadora (também para o líder do seminário).

Em segundo lugar, abordagens psicogeográficas incorporando a passagem pelo espaço urbano e a sua documentação analógica e digital têm se provado ferramentas de pesquisa particularmente ricas tanto para os pesquisadores no projeto quanto para o contexto pedagógico. Em terceiro lugar, o emprego de métodos mistos no plano do seminário, bem como o projeto como um todo, tem a capacidade de gerar dados ricos e novos *insights* acerca de questões fundamentais sobre as relações entre cenas de música popular, espaços urbanos e memória cultural no contexto digital e móvel do século 21.

Referências

BENJAMIN, Walter. **The Arcades Project**. Trans. Howard Eiland, Ed. Kevin McLaughlin, Boston: Harvard University Press, 2002.

COHEN, Sara. Live music and urban landscape: Mapping the Beat in Liverpool. In: **Social Semiotics**. 22, 5: 2012a, p. 587-603.

_____. Bubbles, Tracks, Borders and Lines: Mapping Music and Urban Landscape. In: **Journal of the Royal Musical Association**, 137, 1: 2012b, p. 135-170.

COHEN; Sara; LES, Roberts. Unauthorising popular music heritage: outline of a critical framework. In: **International Journal of Heritage Studies**. 2013, p. 1-21.

ERNST, Wolfgang. **Digital Memory and the Archive**. Minneapolis, Londres: Minnesota University Press, 2013.

FISHER, Mark. **Ghosts of my Life: Writings on Depression, Hauntology and Lost Futures**. London: Zero Books, 2014.

FLEW, Terry. **The Creative Industries: Culture and Policy**. London: SAGE, 2012.

HESMONDHALGH, David. **The Cultural Industries**. London: Sage, 2012.

_____. **The Cultural Industries (3rd. Edition)**. New York: Sage Publications, 2012.

_____. **Why Music Matters**. Chichester: Wiley-Blackwell, 2013.

Manchester District Music Archive. <http://www.mdmarchive.co.uk/archive/homeAbout.php>. Acesso: 14 de setembro de 2015.

HUHTAMO, Erkki. Dismantling the Fairy Engine: Media Archaeology as Topos Study. In: HUHTAMO, Erkki; PARIKKA, Jussi (eds.). **Media Archaeology: Approaches, Applications and Implications**. Berkeley: University of California Press, 2011.

JANOTTI JR., Jeder. “Rock and roll all nite”. Notas sobre rock pesado, tecido urbano e sua apropriação em Porto Alegre. In: HAUSSEN, Dóris Fagundes (ed.). **Mídia, Imagem & Cultura**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

MISZTAL, Barbara. **Theories of Social Remembering**. Maidenhead, Berkshire: Open University Press, 2003.

NOLAN, David. **Salford Music Map** (2012). Disponível em: http://www.cerysmaticfactory.info/salford_music_map.php. Acesso: 14 de setembro de 2015.

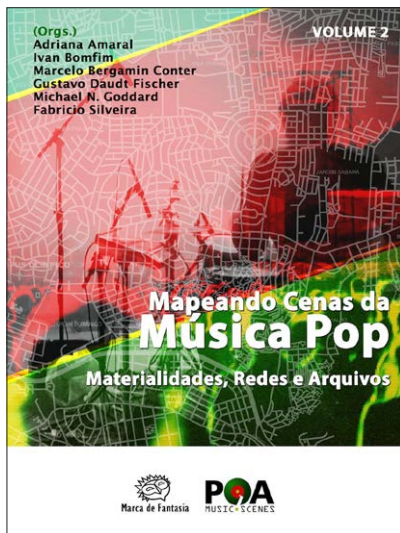
REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture’s Addiction to its own Past**. Londres: Faber and Faber, 2012.

SADLER, Simon. **The Situationist City**. Cambridge, MA: MIT Press, 2009.

SASSEN, Saskia. **Cities in a World Economy**. Seven Oaks, CA: Pine Forge Press, 2006.

STRAW, Will. Communities and scenes in popular music. In: GELDER, Ken, THORNTON, Sarah (ed). **The subcultures reader**. New York: Routledge, 1997.

UNISINOS: CultPop – Cultura Pop, Tecnologias e Comunicação and Audiovisualidades e tecnocultura: comunicação, memória e design research groups, University of Salford: School of Arts and Media, CAPES: Science without Borders, Fuerza Studio. *Porto Alegre Music Scenes Project*. Disponível em: <http://www.poamusicscenes.com.br/>. Acesso: 4 de março de 2016.



(Orgs.)

Adriana Amaral

Ivan Bomfim

Marcelo Bergamin Conter

Gustavo Daudt Fischer

Michael N. Goddard

Fabricao Silveira

VOLUME 2



**Mapeando Cenas da
Música Pop**
Materialidades, Redes e Arquivos


Marca de Fantasia


MUSIC+SCENES