

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

TICIANO RICARDO PALUDO

**RECONFIGURAÇÕES MUSICAIS: OS NOVOS CAMINHOS
DA MÚSICA NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Porto Alegre, março de 2010

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P184r Paludo, Ticiano Ricardo
Reconfigurações musicais: os novos caminhos da
música na era da comunicação digital. / Ticiano Ricardo
Paludo. – Porto Alegre, 2010.
308 f. : il.

Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) –
Faculdade de Comunicação Social, PUCRS.
Orientação: Prof. Dr. Carlos Gerbase.

1. Comunicação Social. 2. Produção Musical.
3. Cibercultura. 4. Comunicação e Tecnologia.
I. Gerbase, Carlos. II. Título.

**CDD 301.243
780.07**

Ficha elaborada pela bibliotecária Cíntia Borges Greff CRB 10/1437

TICIANO RICARDO PALUDO

**RECONFIGURAÇÕES MUSICAIS: OS NOVOS CAMINHOS
DA MÚSICA NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Mestre em Comunicação
Social, pelo Programa de Pós-graduação em
Comunicação Social da Faculdade de Comunicação
Social da Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. CARLOS GERBASE

Porto Alegre, março de 2010

RESUMO DO TRABALHO

A presente dissertação pretende investigar como os avanços tecnológicos estão influenciando a criação, produção e circulação no campo musical. Este estudo tem como base uma análise desenvolvida através de resgates efetuados por meio de recortes históricos do século XX e XXI no que se refere aos processos de produção musical que se utilizaram e se utilizam de instrumentos eletrônicos (principalmente o computador) e de que forma esses processos se relacionam com a comunicação social e a cibercultura. O trabalho será desenvolvido sob o ponto de vista do *pesquisador insider* (HODKINSON, 2005).

PALAVRAS-CHAVE: produção musical ; comunicação social ; cibercultura.

ABSTRACT

This study explores how the technology actuates into professional music market creation, production and, distribution. It will be grounded using some history clippings of XX and XXI centuries. The author draws some thoughts mixing music, marketing, bios, media and cyberculture approaches. The work will be developed under inside research concept (HODKINSON, 2005).

KEYWORDS: musical production ; media ; cyberculture.

TICIANO RICARDO PALUDO

**RECONFIGURAÇÕES MUSICAIS: OS NOVOS CAMINHOS
DA MÚSICA NA ERA DA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para
obtenção do título de Mestre em Comunicação
Social, pelo Programa de Pós-graduação em
Comunicação Social da Faculdade de Comunicação
Social da Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul.

Aprovada pela Banca Examinadora em 19 de Março de 2010.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. CARLOS GERBASE

Prof^a. Dr^a. ADRIANA AMARAL

Prof. Dr. JOÃO GUILHERME BARONE

AGRADECIMENTOS E DEDICATÓRIA

Depois de inúmeras xícaras de café e maços de Marlboro, discussões, reflexões, tensões, leituras, alegrias, congressos e viagens, chegou a hora de comemorar. Comemorar um crescimento pessoal e intelectual recompensador. Foram muitas as pessoas importantes nesse processo. Agradecer cada uma em particular ocuparia uma centena de páginas. Porém, algumas precisam ser citadas aqui.

Em primeiro lugar, agradeço aos professores do programa de pós-graduação da PUCRS/FAMECOS (em ordem de disciplinas cursadas):

2007/1 – Carlos Gerbase (meu orientador, amigo e exemplo que seguirei sempre);

2008/1 – Juremir Machado da Silva (uma das pessoas mais incríveis que já conheci, e que me fez deixar de ser um “intelectual burguês”); Cláudia Moura (pelo carinho e companheirismo);

2008/2 – Mágda Rodrigues da Cunha (obrigado por sempre acreditar nos meus projetos mirabolantes); Francisco Rüdiger (que me chama de “bom selvagem”); Antonio Hohlfeldt (quando crescer, quero ser como tu);

2009/1 – Eduardo Pellanda (meu amigo querido, o cara mais “tecnológico” que conheço);

2009/2 – Bia Rahde (a criatura mais doce que me deu aula na pós da Famecos; te adoro de paixão; obrigado pelos papos sensacionais sobre arte e comunicação).

Um agradecimento aos colegas docentes e amigos do peito: Andréia Mallmann, Alberto Raguene, André Pase, Cássio Grinberg, Cristiane Finger, Cristina Lima, Élson Sempé, Fabian Chelkanoff, Ilton Teitelbaum, Luciano Klöckner, Marcelo Träsel, Neka Machado, Roberto Tietzmann, Sérgio Stosch, Silvana Sandini, Souvenir Dornelles, Vanessa Purper e Vítor Necchi (adoro vocês todos).

Obrigado aos técnicos do estúdio de áudio da FAMECOS: Zé Carlos, Fabrício, Anderson e Alencar.

Obrigado a PUCRS que me concedeu uma bolsa de estudos para a realização do mestrado.

Obrigado à minha família que sempre me apoiou em tudo: meu pai (Antonio), minha mãe (Laura) e minha irmã (Carla). Obrigado aos meus cunhados Felipe e Flávio. Não poderia esquecer, também, da Elisa (“coração”), Ângela (“Ampam”), Teca, Miguel, Nani, Beth, Guto, Jonas, Ismael, Cora e Davi. Um agradecimento especial a meu primo Ério Fraga (que me apresentou os Beatles e o violão).

Obrigado aos meus bichinhos de estimação que sempre me fizeram companhia nas madrugadas enquanto eu escrevia: áu-áus para Melissa e miados para Aléxia, Júlia, Alex, Sophia e Sebastian (meu assistente de produção musical).

Quem tem amigos, tem tudo: obrigado à Luciana Martins, Gustavo Demarchi, Camila Testa, Rick & Lene, Elaine (loirão), “Carolho”, Simone & Plets, Dani Schmitz, MC Aquino, Sandra Montardo, Simone Sá, Cíntia Carvalho, Paula Puhl, DJ Gorpo, Juliana Tonin, Rodrigo Valente, Vera Broilo e Mateus Werb. Também ao Nelson Cardoso e toda a equipe da Revista Backstage.

Obrigado aos amigos e doutores da banca: Adriana Amaral (minha amiga do peito e companheira de “perucagens”) e João Guilherme Barone (“super *guitar hero*”).

Obrigado aos meus alunos da graduação que sempre me ensinam muito.

Obrigado à FAMECOS (minha segunda casa).

E por fim, um obrigado especial à minha esposa, amiga e companheira Luciana Queiroga (te amo mais que tudo!), a quem dedico este estudo.

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS E DEDICATÓRIA [6]

INTRODUÇÃO [11]

- O Problema de Pesquisa [12]
- Os Objetivos da Pesquisa [12]
- Justificativa [13]
- Hipóteses [13]
- Estratégias Metodológicas [14]

LISTA DE FIGURAS [20]

LISTA DE QUADROS E TABELAS [23]

CAPÍTULO I: CONFIGURAÇÕES (1900 – 1980)

1. O Produtor Musical [25]

- 1.1 Produção Musical: o início da profissão [25]
- 1.2 Produzindo [27]
- 1.3 O Produtor e a Gravadora [29]
- 1.4 Os tipos de Produtor Musical (categorização) [31]
- 1.5 Os custos de Produção [32]
- 1.6 O Produtor e o Mercado de Produção [33]
- 1.7 O Produtor e o Produto [34]
- 1.8 Etapas de Produção [45]
 - 1.8.1 Pré-Produção [45]
 - 1.8.2 Produção [47]
 - 1.8.3 Pós-Produção [51]
- 1.9 Gravadoras e Selos Musicais [53]
- 1.10 Como os Produtores se tornam Produtores [58]
- 1.11 *Classic Albums* [61]
- 1.12 Fluxograma da Produção Musical [63]

2. Música Eletroacústica / Música Concreta – os DJs primitivos da Cibermúsica [65]

- 2.1 A Arte do Ruído [65]
- 2.2 Música Eletrônica, Eletroacústica ou Concreta? [72]
- 2.3 O Ruído como Elemento Construtor [76]
- 2.4 A Música Eletrônica e sua origem [80]
- 2.5 Reflexos da/na Música Eletrônica [86]

3. Contracultura(s): Movimento o Movimento [89]

- 3.1 Fundamentos da Contracultura [90]
- 3.2 O Dadaísmo e Marcel Duchamp: *Are You Ready Made?* [93]
- 3.3 A *Pop Art* e Andy Warhol [97]
- 3.4 O Movimento *Punk* [104]

4. Sgt. Peppers: traços contemporâneos e narrativa musical [117]

- 4.1 Contexto Histórico [118]
- 4.2 Beatles e *avatares* [120]
- 4.3 Beatles e a atualidade [124]
- 4.4 Processos de Simulação [125]
- 4.5 Beatles, narrativa e as *três matrizes* [127]
- 4.6 Outras considerações sobre a obra [136]

CAPÍTULO II: RECONFIGURAÇÕES (1980 – 2010)

1. Reconfigurando I... [143]

- 1.1 Reconfigurando a Produção [143]
- 1.2 Reconfigurando o Estúdio [148]
- 1.3 Reconfigurando o Produtor [157]
- 1.4 Reconfigurando os Instrumentos Musicais [158]
- 1.5 Reconfigurando os Músicos [160]
- 1.6 Reconfigurando a Música [162]

2. Walter Benjamin Remixado: A *Aura Musical* na Era da Cibercultura e da Arte Atual [163]

- 2.1 Benjamin e a *aura* [163]
- 2.2 A *aura* e o Artista [172]
- 2.3 Pensando o *aqui e agora* [173]
- 2.4 A *aura* e o mercado [175]
- 2.5 Os *neo-marchands* da *aura* [178]
- 2.6 *Remixando...* [186]

3. *Cyberhoods* e a Emissão Musical Contemporânea [188]

- 3.1 Mudanças no Pólo Emissor [188]
- 3.2 Novas Ferramentas para Novos Tempos [190]
- 3.3 As Mu(Danças) no Espetáculo [193]
- 3.4 Nasce o *Cyberhood* [201]
- 3.5 Desdobramentos em Conexão [205]

4. Reconfigurando II... [207]

4.1 Reconfigurando a Produção Coletiva [208]

4.2 Reconfigurando a Vitrine [219]

4.3 Reconfigurando a Distribuição [234]

4.4 Reconfigurando as Relações [241]

5. Transmúsica: “Narrativas Transmidiáticas” para Música em Movimento [250]

5.1 “TESARAC” à vista [250]

5.2 Interfaces [251]

5.3 “*Digital Natives*” [252]

5.4 “*Narrativas Transmidiáticas*” para a Juventude [256]

5.5 Aplicações práticas de *cases* de “*Narrativas Transmidiáticas*” [261]

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE ALGUMAS COISAS [272]

REFERÊNCIAS [275]

RELAÇÃO DOS ANEXOS DIGITAIS [286]

GLOSSÁRIO [291]

INTRODUÇÃO

A presente dissertação pretende esclarecer como os avanços tecnológicos estão influenciando a criação, produção e circulação no campo musical. Este estudo tem como base uma análise desenvolvida através de resgates efetuados por meio de recortes históricos do século XX e XXI no que se refere aos processos de produção musical que se utilizaram e se utilizam de instrumentos eletrônicos (principalmente o computador) e de que forma esses processos se relacionam com a comunicação social e a cibercultura. O trabalho será desenvolvido sob o ponto de vista do *pesquisador insider* (HODKINSON, 2005).

Mesmo que de maneira discreta, já no século XI a comunicação caminhava de mãos dadas com a música (quando a “música escrita” começa a se desenvolver, caracterizando-se como uma mensagem, elaborada por um – ou mais – emissor musical que tem como alvo um receptor ouvinte). Esse processo cresceu tanto na última década que dissociar a comunicação da produção musical tornou-se impossível. O estudo abordará recortes que permitam compreender a passagem da “música oral” à “música escrita”, “música gravada” e, finalmente, “música digitalizada”. Atualmente, a internet e os computadores pessoais desempenham um papel decisivo nos processos produtivos e circulatórios, tornando-se ferramentas que permitem que músicos ao redor do mundo possam compartilhar experiências e fomentar as suas carreiras.

Atualmente, o músico deixa de ser apenas músico. Ele agora precisa utilizar todos os recursos técnicos e tecnológicos disponíveis para auxiliá-lo a seduzir o público. Sites pessoais, *blogs*, MP3, You Tube, iPod, sites de redes sociais diversas (em franca expansão e proliferação), comunicadores instantâneos, ubiquidade, mobilidade e uma vasta gama de novidades e facilidades tecnológicas surgiram para transformar radicalmente a maneira como as obras são produzidas, divulgadas e comercializadas. O presente estudo pretende percorrer este caminho para entender a produção musical

como processo, cuja base do que se vê hoje começa a ser moldada no início do século XX.

A dissertação não pretende apontar uma solução única para a crise enfrentada pelo paradigma tradicional da Indústria do Disco (pois atualmente nada é definitivo e “receitas de bolo” se mostram utópicas e irreais), mas sim promover uma reflexão analítica baseada no resgate de *flashes* históricos, referenciais bibliográficas, análise de materiais em áudio e vídeo, matérias jornalísticas, histórias de vida, dados quantitativos e pesquisa em conteúdos digitais encontrados na internet. Além disso, o estudo terá como fonte de apoio, diálogos com músicos e produtores e uma reflexão calcada na própria experiência de mercado de mais de duas décadas que possuo, atuando como comunicador social, músico e produtor musical.

O PROBLEMA DA PESQUISA

A questão norteadora visa responder à seguinte pergunta:

De que forma a produção, a circulação e o consumo de música reconfiguraram-se a partir das tecnologias digitais de comunicação social e como elas estão relacionadas com a promoção e visibilidade dos artistas no contexto da cultura digital?

OS OBJETIVOS DA PESQUISA

– Através de recortes históricos, procurarei compreender a produção musical como um processo evolutivo que foi influenciado por fatores tecnológicos (tecnologia disponível para produção e circulação), culturais (movimentos contraculturais) e comunicacionais (recursos utilizados para a produção de sentido e emissão de mensagens).

– Identificar de que modo as mudanças comportamentais influenciadas pelo crescente acesso às ferramentas digitais de produção e circulação musical (cada vez mais acessíveis e com maior poder de processamento) contribuíram ou não para o

desenvolvimento da Indústria Fonográfica, e como os artistas tem se articulado frente às tensões provenientes da massificação do compartilhamento ilegal de arquivos digitais de som, mudança do paradigma base da comunicação (UM-TODOS para TODOS-TODOS) e ampla utilização da internet e da informática.

JUSTIFICATIVA

Tendo em vista a relevância sobre o tema proposto, o presente trabalho visa contribuir com os estudos referentes à produção musical contemporânea e à importância da comunicação nesta esfera, através de uma análise calcada em recortes históricos que pretende apresentar algumas explicações para a importância da comunicação que se mostra hoje vital para a Indústria Fonográfica na “Era da Cibercultura” (também denominada de “Era Digital”). Além de ser um instrumento funcional que poderá auxiliar músicos na tomada de decisões sobre a condução de suas carreiras, o trabalho mostra mais um dos inúmeros caminhos possíveis de serem seguidos para aqueles que trabalham com comunicação social, fugindo dos estereótipos tradicionais de que o comunicador social limita-se a trabalhar única e exclusivamente em agências de propaganda, veículos midiáticos ou empresas de marketing. Em resumo, trata-se de um trabalho de ciências sociais aplicadas ao campo musical.

HIPÓTESES

- A utilização de práticas comunicacionais pode auxiliar os futuros artistas a se articular de modo eficaz para a construção e consolidação de suas carreiras artísticas.
- As novas tecnologias serviram para democratizar o mercado fonográfico em todas as suas esferas, desde o artista até o público consumidor.
- A música contemporânea baseia-se na mistura equilibrada entre elementos orgânicos e sintéticos.

– O mercado musical precisa se reinventar. Nunca se consumiu tanta música como atualmente, porém, quando se fala em consumo, devemos entendê-lo não como um ato de simples compra, mas sim de inclusão social, participação e entretenimento.

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

O ponto de partida deste estudo foi um misto de paixão e desafio. Leciono (em nível de graduação) as disciplinas de áudio publicitário na PUCRS/FAMECOS e FACCAT/RS. Meus primeiros contatos em nível profissional com a música se deram há mais de duas décadas. Além das atividades acadêmicas descritas anteriormente, trabalho ativamente no mercado como produtor musical, *sound designer*, *sound collocator*, *remixer* e pesquisador e consultor na área de *cibermúsica* (que mescla estudos interdisciplinares entre música, comunicação social, arte, novas tecnologias, cibercultura e antropologia) ¹. Após ingresso como professor na PUCRS/FAMECOS, implantei e consolidei (em 2007) o “Curso de Extensão em Produção Musical”. Meu trabalho de produção musical é internacionalmente reconhecido, já tendo conquistado um número considerável de premiações locais, regionais, nacionais e internacionais.

Quando chegou o momento de escrever a minha monografia ao final do curso de Publicidade e Propaganda (1998 – PUCRS/FAMECOS), fiz uma análise da carreira do grupo musical Kiss, procurando entender – já naquela ocasião – como funcionava a articulação estratégica entre a comunicação social e a música. Este trabalho (atualmente disponível *online* ²) ainda serve de fonte de consulta para vários alunos da graduação que demonstram curiosidade e interesse pelo tema. Em 2007, julguei necessário seguir meus estudos, partindo da mesma paixão pela música que me motivou a escrever a monografia, agora em um nível mais aprofundado: a presente dissertação de mestrado.

¹ Os conceitos de produtor musical, *sound designer*, *sound collocator* e *remixer* podem ser encontrados no Glossário desta dissertação.

² Disponível em <<http://mixtapetothepeople.blogspot.com>>

Portanto, como exposto, a paixão pela música – sempre presente na minha vida – foi a motivação principal para a realização desse estudo (além da óbvia qualificação docente e profissional que um mestrado proporciona). Mas, e o desafio?

O primeiro – e talvez o ponto alto a ser enfrentado – foi deixar que a paixão não contaminasse a pesquisa. Isso é necessário, pois o que pronho é analisar, não só a prática dos profissionais que atuam como produtores musicais no mercado fonográfico, como a minha própria prática, aliando meus conhecimentos de mercado musical e comunicação social. Assim, um distanciamento racional se fez necessário. Observando o problema de pesquisa, os objetivos e hipóteses apresentados anteriormente, a possibilidade de se encontrar “aquilo que se desejava encontrar” e não “o que de fato é” pareceu-me uma armadilha tentadora, passível de sedução que sempre ronda os pesquisadores, podendo ofuscar uma visão centrada e realista. A solução encontrada foi uma extensa reflexão e estudo procurando sempre deixar a paixão presente (pois ela é saudável e nos move constantemente), mas sem esquecer que qualquer descuido que contaminasse o resultado final deixaria o trabalho frágil e ineficiente. Assim, partindo da proposta metodológica do *pesquisador insider* levantada por HODKINSON (2005), baseado no conceito do pesquisador que estuda um cenário no qual encontra-se inserido e atuante, optei por realizar o estudo sob um ponto de vista qualitativo (revisão bibliográfica, observação, coleta de dados e história de vida).

Uma vez definido o foco metodológico, parti em busca de fontes teóricas e históricas para a construção do trabalho, levando em conta os prazos para a realização do estudo e os objetivos e hipóteses da pesquisa. Paralelamente, analisei as disciplinas oferecidas pelo programa de pós-graduação da PUCRS/FAMECOS e elenquei aquelas que serviriam ao propósito do tema do estudo. À medida que as disciplinas foram cursadas, os conhecimentos adquiridos em cada uma foram gradualmente sendo aplicados ao texto da dissertação. À medida em que o tempo passava, a dissertação ia evoluindo, pois como grande parte das disciplinas exigia a produção de um artigo relacionando os conteúdos apresentados em sala de aula, aproveitei a oportunidade para aplicá-los de acordo com o objeto e foco deste estudo. Para que isso funcionasse bem, anteriormente defini – dentro do amplo espectro de recortes possíveis, – quais seriam funcionais para minhas análises e reflexões, contribuindo para que, ao final, pudesse dar conta do que o trabalho se propunha.

O estudo ficou estruturado da seguinte forma: Introdução (aonde são apresentados o objeto de estudo, o problema da pesquisa, as hipóteses e a metodologia utilizada); Capítulo I (que trata das configurações, utilizando uma linha de tempo didática que inicia em 1900 e vai até o ano de 1980); Capítulo II (referente às reconfigurações, também utilizando uma linha de tempo – nos mesmos moldes do Capítulo I, indo de 1980 até o presente momento); e Considerações Finais (resgatando os conceitos, recortes e idéias apresentadas anteriormente e confrontando-os com a proposta de trabalho apresentada na Introdução). Os capítulos foram divididos em subcapítulos. Adotei a utilização de palavras-chave (*tags*, que significa “etiquetas”) como recurso funcional (partindo-se da observação de como as informações são organizadas no ciberespaço) para auxiliar a leitura do trabalho. Também elaborei um Glossário contendo termos pertinentes ao estudo proposto. Parte do material utilizado na pesquisa foi incluído em formato de anexo digital (arquivos de texto, áudio e vídeo disponibilizados em CD-R). Para evitar a repetição do termo “disponível nos anexos digitais da presente dissertação”, propus a adoção do símbolo “(o)”. Deste modo, sempre que este símbolo aparecer no decorrer do texto, fica subentendido que existe um arquivo digital complementar que pode ser acessado nos anexos digitais da dissertação. O Glossário foi tratado da mesma forma. Sempre que o símbolo “(G)” for encontrado no texto, significa que o Glossário pode ser acessado como fonte complementar. O estudo inclui, ainda, Listagem de Figuras, Listagem de Quadros, Gráficos e Tabelas e Relação dos Anexos Digitais (com citação de suas respectivas fontes).

No primeiro capítulo, abordarei os seguintes recortes: inicialmente, será apresentado um panorama geral da profissão de produtor musical, incluindo categorizações, apresentação de nomenclatura técnica utilizada neste contexto, histórico da profissão e demais informações pertinentes ao estudo. Em um segundo momento, apresentarei um levantamento referente à Música Eletroacústica, suas origens e desdobramentos contemporâneos. Na sequência, uma conceituação sobre os movimentos de contracultura, dos quais, serão pinçados, posteriormente, os movimentos Dadaísmo, *Pop Art* e Movimento *Punk*. Em sequência, apresento um estudo sobre o álbum “*Sgt. Peppers Lonely Heart Club Band*” (1967) da banda britânica Beatles e sua importância histórica para a profissão de produtor musical.

No segundo capítulo, iniciarei examinando uma série de reconfigurações que ocorreram a partir da década de 1980 relacionadas ao campo da produção musical, enfocando o tema “produção”. Após, analisarei o conceito de álbum musical e sua transformação no momento da passagem da “música gravada” para a “música digitalizada”. Posto isso, voltarei a analisar outras reconfigurações, desta vez enfocando o tema “circulação”. Então, passarei a demonstrar como o conceito de “*narrativa transmidiática*” (JENKINS, 2008) pode ser útil para a produção musical contemporânea. Por fim, selecionei dez exemplos de reconfigurações atuais que obtiveram sucesso em sua realização.

Durante o processo de pesquisa (que iniciou em 2007/2 e foi finalizado em 2010/1), fui confirmando algumas idéias prévias, descobrindo outras novas e ajustando o foco no objeto pesquisado, isto é, a produção e circulação da música e sua relação com a tecnologia e a comunicação social. Para citar um único exemplo, o Twitter (serviço de *microblogging*) ainda não havia atingido a popularidade e relevância que tem hoje quando o trabalho iniciou em 2007/2. Assim, dentro dos recortes, alguns elementos foram abandonados, outros revistos e outros acrescentados. Para atuar de forma satisfatória em um mundo que se transforma cada vez mais rápido, o pesquisador deve estar atento e pronto para ajustes e novas articulações que fortaleçam a sua pesquisa. À medida que o tempo foi passando, as camadas do texto foram se equalizando, sofrendo várias revisões, até chegar-se ao resultado que você lerá a seguir.

Procurei variar as fontes de dados para dar conta do tema. Assim, utilizei revisão bibliográfica teórica do campo da comunicação (para explanações teórico-conceituais), busca de informações complementares extraídas de textos de mídia de massa para auxiliar a compreensão de fatos históricos (jornais, biografias e revistas), arquivos digitais para exemplificar as práticas (colhidos na internet, como textos, imagens, vídeos e áudios), literatura técnica, histórias de vida e mídias sonoras e audiovisuais (LPs, CDs, DVDs). As consultas foram calcadas em uma metodologia híbrida de fontes *online* e *offline*. Pesquisei fontes científicas, técnicas e empíricas. Dados recentes de pesquisa também dão suporte ao raciocínio. Como dito anteriormente, a minha experiência também foi levada em conta, incluindo aí, observação de minhas práticas cotidianas em um trabalho autonetnográfico e autoetnográfico (AMARAL, 2009).

Para enriquecer o estudo, durante o processo de pesquisa, elaborei e apliquei um questionário contendo questões referentes ao tema da minha dissertação. O questionário foi aplicado entre 2007 e 2009, via e-mail, utilizando como amostra um número expressivo de atores sociais (músicos, produtores, artistas e membros de gravadoras) e teóricos suficientes para qualificarem o trabalho e coerentes para evitar redundância. A amostra (em torno de 100 entrevistados) foi considerada relevante para dar conta do mercado musical, tendo em vista que o foco da pesquisa é qualitativo. A solicitação de participação foi realizada através do próprio e-mail e também pelo site de rede social com foco em música Myspace³. Fora isso, gravei (utilizando um *pen drive* – dispositivo de armazenamento digital de dados – que capta sons e os converte-os para o formato de áudio digital comprimido MP3) pequenas entrevistas (realizadas *in loco*) com autores reconhecidos e consolidados que trabalham com o tema música e cibercultura. Citando alguns exemplos: Adriana Amaral, André Lemos, Lúcia Santaella e Raquel Recuero. Por fim, realizei uma entrevista em profundidade com um proprietário de uma loja de discos de vinil de Porto Alegre / RS que comprovou que ainda vive bem da venda deste suporte que muitos julgam como falecido. Ao final do período curricular de mestrado, julguei que o texto da dissertação já apresentava elementos suficientes para embasar o estudo. Em função da falta de tempo para tabular e analisar os dados colhidos anteriormente de forma profunda e satisfatória, a pesquisa citada foi deixada em espera, e não está incluída nesta dissertação. Passado o período de defesa e feitas as correções solicitadas pela banca de defesa, retomarei esta pesquisa, realizando todos os procedimentos corretos, para que a mesma seja transformada em artigo científico, submetida à publicação, e após o efetivo aceite e publicação, disponibilizada à comunidade acadêmica.

Embora eu entenda que elementos como o vídeo-clipe e as apresentações ao vivo são de vital importância para o mercado musical, estas facetas não fazem parte do recorte proposto. Eventualmente poderão aparecer menções a estes elementos, mas a sua ausência foi uma escolha minha. O presente estudo pretende sistematizar e analisar a prática do emissor musical (produtor musical) enfatizando os aspectos referentes à gravação, edição, comercialização e circulação do áudio gravado (*fonograma*) ou conjunto dele (álbuns musicais), que pode ser entendido como mensagem musical. As

³ <<http://www.myspace.com>>

questões referentes ao direito autoral, ainda que apareçam de forma discreta, também não fazem parte do foco principal trabalhado.

Outra questão diz respeito às citações: ainda que se saiba que citações diretas devem ser utilizadas com moderação (não ultrapassando dez linhas), em alguns momentos da dissertação julguei pertinente trazer algumas passagens mais extensas por tratar-se de testemunhos históricos (histórias de vida) de atores sociais que vivenciaram intensamente determinadas situações e períodos, sendo que estas citações auxiliarão a compreensão dos leitores deste trabalho. Ou ainda, quando certos conceitos teóricos deveriam ser apresentados em um recorte mais extenso para dar conta da compreensão acerca dos mesmos.

Por fim, a metodologia empírica adotada nesta pesquisa pode ser encarada como um espelho do que ocorre com o mundo da comunicação atual, suas construções e apropriações. Ela foi sendo moldada no decorrer do processo, utilizou recursos tradicionais e não-convencionais, exigiu dedicação, foco e empenho. Mostrou-se eficiente para promover o diálogo entre todos os dados apresentados nesta ciranda do conhecimento: autores, músicos, revistas, livros, CDs, álbuns de vinil, álbuns digitais, sons, textos e imagens, tudo para ajudar a compreender o que está ocorrendo na “Era Pós-MP3” e na “Era da Comunicação Digital”.

E assim, estamos aptos a começar a nossa jornada pelo mundo da produção musical.

LISTA DE FIGURAS

- Fig. 1 – George Martin e Peter Sellers no estúdio Abbey Road [28]
- Fig. 2 – Primeiro *Overdubbing*: Mary Ford e Les Paul [35]
- Fig. 3 – Estúdio #1 Abbey Road (Londres) [36]
- Fig. 4 – George Martin com os Beatles no Abbey Road (1967) [37]
- Fig. 5 – Produtor Eddie Kramer no Electric Lady Studios NYC em 1970 [37]
- Fig. 6 – Electric Lady Studios NYC (atualmente) [38]
- Fig. 7 – Enrico De Paoli (um dos mais respeitados *masterizadores* do Brasil) [52]
- Fig. 8 – Produtor Carlos Eduardo Miranda [60]
- Fig. 9 – Luigi Russolo (1916) [68]
- Fig. 10 – Telharmonium – pioneiro dos teclados modernos (1906) [81]
- Fig. 11 – Theremin produzido por Robert Moog (década de 1950) [82]
- Fig. 12 – Léon Theremin e seu invento (1924) [82]
- Fig. 13 – Marcel Duchamp [94]
- Fig. 14 – “A Fonte”. Marcel Duchamp (1917) [95]
- Fig. 15 – “Monalisa”. Leonardo da Vinci (1503-6) [96]
- Fig. 16 – “Monalisa”. Marcel Duchamp (1913) [96]
- Fig. 17 – Andy Warhol [98]
- Fig. 18 – “Garrafas Verdes de Coca-Cola”. Andy Warhol (1962) [101]
- Fig. 19 – “192 Notas de Um Dólar”. Andy Warhol (1962) [102]
- Fig. 20 – “Monalisa”. Andy Warhol (1962) [103]
- Fig. 21 – Estética *Punk* [107]
- Fig. 22 – New York Dolls: androgenia e fúria [110]
- Fig. 23 – Capa do LP “Restos do Nada” (reprodução) [111]
- Fig. 24 – “*The Wall*” (1982): crítica do Pink Floyd ao *status quo*. [112]
- Fig. 25 – Capa do álbum “*Never Mind The Bollocks*” (1977) dos Sex Pistols. Reprodução. [113]
- Fig. 26 – *punks* [113]
- Fig. 27 – George Martin [117]
- Fig. 28 – “*Sgt. Peppers*” (logotipo) [117]
- Fig. 29 – Beatles: *avatares* de si mesmos? [120]
- Fig. 30 – Beatles e a costumização: seja você mesmo um integrante da “Banda dos Corações Solitários” [124]

- Fig. 31 – Beatles e George Martin durante as gravações do álbum [126]
- Fig. 32 – Arte frontal: “*Sgt. Peppers*”. Reprodução. [134]
- Fig. 33 – Contra-capas do álbum “*Sgt. Peppers*”. Reprodução. [136]
- Fig. 34 – Beatles em *happening* fechado para convidados exclusivos no dia do lançamento do álbum [138]
- Fig. 35 – Diagrama de influência entre Beatles e Beach Boys (década de 1960) [139]
- Fig. 36 – Álbum “*Machine Head*” (1972) do Deep Purple: encarte mostra fotos da gravação que utilizou estúdio portátil. Reprodução. [149]
- Fig. 37 – Álbum “*McCartney II*” (1980) de Paul McCartney: encarte apresenta texto e foto que comprovam gravação realizada em estúdio doméstico. Reprodução. [150]
- Fig. 38 – Imagem do vídeo promocional da faixa “*Coming Up*”: McCartney contracena consigo tocando todos os instrumentos. [151]
- Fig. 39 – Placa de Áudio Profissional “*Audiophile 2496*”. Fabricante: M-Audio. Tipo de Conexão: PCI. [152]
- Fig. 40 – Placa de Áudio Profissional “*Fast Track Pro*”. Fabricante: M-Audio. Tipo de Conexão: USB. [152]
- Fig. 41 – Amplificador Fender (analógico) [155]
- Fig. 42 – *Plug-in* “*Guitar Rig*” (Native Instruments) [155]
- Fig. 43 – Sintetizador Yamaha “*DX7*” [159]
- Fig. 44 – *Plug-in* “*FM7*” (Native Instruments) [159]
- Fig. 45 – *Pen Drive* “*SONY WALKMAN*” [160]
- Fig. 46 – Theda Bara [169]
- Fig. 47 – Madonna [169]
- Fig. 48 – Capa do álbum da banda U2 – “*The Best of 1980-1990*”. Reprodução. [177]
- Fig. 49 – *Printscreen* “*Surrealistic Pillow*” (Jefferson Airplane). Edição CD. [185]
- Fig. 50 – *Printscreen* “*Surrealistic Pillow*” (Jefferson Airplane). Edição Vinil. [185]
- Fig. 51 – Feudalismo Musical [198]
- Fig. 52 – *Printscreen blog* “*Durango-95*” [201]
- Fig. 53 – Processo AD/DA [209]
- Fig. 54 – *Printscreen* Napster [211]
- Fig. 55 – *Printscreen* Audiogalaxy [212]
- Fig. 56 – Sistema Tradicional / Sistema P2P [213]
- Fig. 57 – *Printscreen* Reverbnation – diversas funcionalidades disponíveis. [221]

- Fig. 58 – *Printscreen* Reverbnation: ferramenta para selos, empresários, artistas, casas de espetáculos e fãs. [222]
- Fig. 59 – *Printscreens* Orkut [224]
- Fig. 60 – *Printscreen* Release Promo: ferramenta promocional para *dance music*. [225]
- Fig. 61 – *Printscreen* blog DJ Zé Pedro [227]
- Fig. 62 – *Printscreen* blog “Nau Pyrata” [228]
- Fig. 63 – *Printscreen* blog “Nau Pyrata” [229]
- Fig. 64 – *Printscreen* blog “Nau Pyrata” [229]
- Fig. 65 – *Printscreen* Megaupload (tabela de custos) [231]
- Fig. 66 – *Printscreen* Megaupload (vantagens para associados) [231]
- Fig. 67 – *Printscreen* álbum Get! (“128 Kbps”) disponível na Juno. [239]
- Fig. 68 – *Printscreen* Juno: relatório de vendas em tempo real. [240]
- Fig. 69 – Pesquisa Billboard Brasil 2010. Reprodução. [244]
- Fig. 70 – Pesquisa Billboard Brasil 2010. Reprodução. [245]
- Fig. 71 – Nokia: expansão de negócios e aposta na venda de *fonogramas* digitais. Reprodução. [246]
- Fig. 72 – *Printscreen*: *Box Set* do Dream Theater permite remixagem. [261]
- Fig. 73 – *Printscreen* Ritchie: Integração entre os sites de rede social. [262]
- Fig. 74 – *Printscreen* Leoni: utilização do telefone celular para compartilhar o camarim com os fãs. [263]
- Fig. 75 – *Printscreen* banda It’s All Red: *reallity show* no You Tube. [264]
- Fig. 76 – *Printscreen* Rammstein: vídeo ousado, pornografia e rock pesado. [265]
- Fig. 77 – *Printscreen* Paludo e Ritchie: negociação de *remix* via Twitter. [266]
- Fig. 78 – Mallu Magalhães – *DIY* de resultados. [267]
- Fig. 79 – “*Beatles Rock Band*”: atualização da “Banda dos Corações Solitários” [268]
- Fig. 80 – Capa do álbum do Radiohead “*In Rainbows*” (2007). Reprodução. [269]
- Fig. 81 – *Kisscomics*: Kiss utilizou o sangue dos integrantes da banda misturado à tinta de impressão na década de 1970. [270]

LISTA DE QUADROS, GRÁFICOS E TABELAS

- QUADRO 1: Esquema Funcional de uma gravadora [30]
- QUADRO 2: Categoria de produtores segundo Burguess (2002) [31]
- QUADRO 3: Custos de produção de álbuns [32]
- PEQUENA GALERIA de Produtores Musicais [39]
- QUADRO 4: Nomenclatura adotada pela Indústria Fonográfica para classificação de lançamentos musicais [44]
- GRÁFICO ESQUEMÁTICO da Imagem Estéreo do Som [49]
- QUADRO 5: Evolução dos canais / pistas de gravação de 1950 a 2010 [50]
- TABELA ESQUEMÁTICA: Etapas de Produção [53]
- QUADRO 6: *Majors x Indies* [55]
- TRIÂNGULO DE ATRIBUTOS desejáveis em um Produtor Musical [58]
- QUADRO 7: *Classic Albums* [62]
- FLUXOGRAMA ESQUEMÁTICO da Produção Musical [64]
- ILUSTRAÇÃO: Influência do *Punk* 1970-2010 [115]
- QUADRO 8: Listagem dos programas de computador mais utilizados atualmente que emulam estúdios de gravação (*DAW*) [153]
- QUADRO 9: Evolução do Estúdio ao *Home Studio* [156]
- TABELA: Programas de computador utilizados por músicos e DJs [161]
- QUADRO 10: Formatos populares de arquivos de áudio encontrados na internet [210]
- QUADRO 11: Evolução da portabilidade musical (1970-2000) [215]
- QUADRO 12: Linha do Tempo – Vinil / CD / MP3 [216]
- QUADRO 13: *Atualização* da Distribuição [234]
- QUADRO 14: Lojas Digitais de Venda de Música pelo mundo [237]
- QUADRO 15: Século XX e Século XXI em xeque [274]

**CAPÍTULO I:
CONFIGURAÇÕES (1900-1980)**

1. O PRODUTOR MUSICAL

tags: produtor musical, indústria fonográfica, história da produção musical

Começamos o nosso estudo apresentando alguns conceitos básicos sobre o papel do produtor musical e demais nomenclaturas importantes dentro do universo da Indústria Fonográfica. Os autores base deste sub-capítulo serão Richard Burgess (2002) e George Martin (2002).

Indústria Fonográfica pode ser entendida como o conjunto de atores sociais que atuam em todos os processos que envolvem a criação, gravação, circulação, comercialização e promoção do material musical. Nesse contexto, até a década de 1960, o papel do produtor musical era nebuloso e pouco se falava a respeito.

1.1 – PRODUÇÃO MUSICAL: O INÍCIO DA PROFISSÃO

Um dos primeiros produtores musicais a despontar e ficar mundialmente famoso foi George Martin, responsável pela produção da obra dos Beatles (lembrando que eles começaram a lançar seu material só a partir de 1963, embora Martin já produzisse materiais antes disso). Richard Burgess, produtor internacionalmente reconhecido, que já atuou com nomes tais como Spandau Ballet, Adam Ant e Kim Wilde, comenta:

Um artista como Prince teria sido quase inconcebível nos anos 1950. Era inadmissível que um artista pudesse ter tão variadas habilidades, de compositor a arranjador, além de tocar todos ou a maioria dos instrumentos... e ainda por cima compeender e controlar as técnicas de produção de áudio. (BURGESS, 2002, p. 249)

O próprio britânico George Martin parece confirmar os apontamentos de Burgess: “Nos obscuros dias pós-Segunda Guerra Mundial, quando o rock’n’roll estava apenas começando, o termo ‘produtor de discos’ nunca era usado e, caso tivesse sido, ele não se teria aplicado a mais de meia dúzia de pessoas no meu país.” (MARTIN, 2002, p. 332 – grifo do autor)

A maioria das pessoas comuns desconhece o tema. Muitas bandas iniciantes confundem o papel do produtor musical com a do *manager*/empresário. Quem agencia shows é o empresário. Produtor musical produz música. Esta distorção de percepção encontra como principal causa os próprios produtores que nunca se importaram em promover o seu trabalho e torná-lo conhecido do grande público. Prova disso é que até bem pouco tempo atrás, apenas alguns possuíam seu próprio *site*, por exemplo.

Um bom produtor musical pode fazer toda a diferença na elaboração de um disco (ou álbum que é a maneira correta de se referir dentro do mercado fonográfico). O produtor eficiente é aquele que sabe ouvir o artista, entender a sua proposta artística e musical e sugerir os melhores caminhos para que se chegue a um resultado satisfatório, resultado esse que consiste em equacionar os desejos do artista e do mercado que será atingido por esse trabalho, a sonoridade escolhida e a compatibilidade disso tudo com o orçamento que se tem para fazer o trabalho dentro de prazos pré-estabelecidos. Trata-se de um campo que exige competências multidisciplinares envolvendo sólidos conhecimentos de música, história da arte, estética, marketing, promoção e planejamento, além de conhecimentos técnicos de gravação, equipamentos e estúdio (G). Conforme Martin (2002), em resumo, o produtor musical será responsável pelo som final de um álbum lançado no mercado. Ele reforça, também, que é vital que o produtor acredite no trabalho do artista e tenha prazer em produzi-lo.

1.2 – PRODUZINDO

O primeiro passo para a produção de um artista é saber identificar se este artista possui *verdade artística* (**G**). Isso significa detectar se o artista é verdadeiro naquilo que se propõe a fazer. A história mostra que carreiras forjadas nunca conseguiram se solidificar em longo prazo. Citando um exemplo, um artista que a vida toda ouviu *rock*, que possuía todo o potencial para este estilo decide produzir um álbum de *reggae* porque este estilo está na moda. Em grande parte, o resultado será desastroso. Por outro lado, artistas genuínos que acreditaram na sua arte – independente de modismos ou tendências – e seguiram fiéis à sua *verdade* conseguiram, em grande parte, alcançar o sucesso. Deixaremos para falar sobre o conceito de sucesso no Capítulo II que tratará das Reconfigurações. Uma vez identificada a existência legítima da *verdade artística* é hora de planejar todo o projeto. Como relata Burgess (2002), embora algumas gravadoras tivessem em seus quadros de funcionários fixos produtores musicais, a maioria trabalha em formato de *free lancer*, sendo contratada trabalho a trabalho. Ao iniciar-se o projeto de um álbum, a gravadora disponibiliza ao artista uma verba específica referente à produção da matriz do álbum. Esta matriz irá conter o material sonoro que será, posteriormente, prensado / replicado, isto é, copiado em tiragem pré-determinada para posterior circulação, promoção e comercialização. O planejamento vai envolver a definição de etapas, metas, orçamento e prazos.

O tempo de produção de um álbum pode variar de algumas semanas até anos. Como aponta Martin,

Lembro-me de ter gravado o primeiro álbum dos Beatles em um só dia. Hoje em dia as pessoas passam meses criando um álbum e, se um projeto é concluído em três semanas, há suspeita de algo errado. Ouço aquelas primeiras gravações e pergunto: será que nós realmente progredimos muito? (MARTIN, 2002, p. 346)



Fig. 1 – George Martin e Peter Sellers no estúdio Abbey Road ⁴

Nos modelos tradicionais de produção (que perduraram do início de 1950 até o início dos anos 2000), embora em alguns casos a escolha do produtor sofresse influência do artista, na maioria das vezes quem definia o produtor era o profissional de A&R (**G**). A&R é uma sigla utilizada na Indústria Fonográfica para denominar “Artista & Repertório”. Este profissional (do qual não é exigido conhecimento musical como premissa indispensável, mas grande conhecimento de mercado) é aquele que vai moldar tudo o que se refere à estética do trabalho. Nessa esfera, estão incluídos figurino, atitude (**G**) (como o artista se comportará perante os demais artistas, público e mídia), escolha de quais canções ⁵ farão parte do álbum dentre as inúmeras que o artista possui, definição de referências sonoras e visuais e, como já foi dito, escolha do produtor responsável pelo trabalho.

Em muitos casos, o A&R acompanha todo o processo de elaboração de um álbum. Em outros, após a definição dos itens anteriormente citados, a gravadora entrega a verba ao produtor musical que deverá administrá-la adequadamente dentro dos prazos, para, em data e local estabelecidos, apresentar a matriz do álbum ao profissional de A&R. É comum que o produtor musical muitas vezes assuma algumas funções de A&R, e em determinados casos, assumam duplamente as duas funções (A&R e produtor).

⁴ Fonte: <http://www.abbeyroad.com/uploads/uploads/ma_60823897.jpg> acesso em 19/01/2010.

⁵ Entenda-se por canção aquela criação musical que possui obrigatoriamente e simultaneamente três elementos básicos: harmonia (sequência de acordes), melodia (notas musicais que ancoram a letra) e letra (o texto cantado). (nota do autor)

Existem ainda certos casos em que os próprios artistas acabam por assumir estes dois papéis, o que é desaconselhado por grande parte dos profissionais do mercado musical. Essa ressalva existe, pois, tomando como exemplo uma banda de *rock*, uma vez que A&R e produtor não façam parte do grupo musical, existirá um distanciamento emocional saudável ao processo de produção. Assim, egos e vaidades são mais facilmente controlados. O produtor deve, sempre, privilegiar o melhor resultado para a obra artística como um todo e jamais beneficiar este ou aquele integrante. O mesmo vale para a escolha do repertório. O artista pode (por questões emocionais e falta de distanciamento e imaturidade) julgar que determinada canção deverá ser gravada e outra não, quando, na verdade, ouvidos experientes e isentos podem apontar um caminho completamente diferente que trará melhores resultados. Como ressalta Martin, “o criador nem sempre é o melhor crítico do seu próprio material.” (MARTIN, 2002, p. 332) Na página seguinte, encontra-se um esquema explicativo que ilustra os profissionais e suas respectivas funções dentro de uma gravadora.

1.3 – O PRODUTOR E A GRAVADORA

O modelo tradicional de gravadora adotado entre 1950 e o início dos anos 2000 (algumas ainda seguem este modelo) era constituído segundo o quadro a seguir (elaborado por mim com base em minha atuação de mercado):

QUADRO 1: ESQUEMA FUNCIONAL DE UMA GRAVADORA

Profissional	Função
<i>CAST</i>	Grupo de artistas (cantores solo, duos, bandas, etc) contratados, gerenciados, promovidos e produzidos pela gravadora.
PRODUTOR EXECUTIVO	Responsável por questões envolvendo planejamento estratégico, custos, marketing, comercialização, circulação, promoção, publicidade e propaganda, <i>merchandising</i> e contratos (entre o artista e gravadora e entre a gravadora – representando o artista – e o mercado).
PRODUTOR FONOGRÁFICO	Responsável pelas questões que envolvem registro das obras gravadas e geração de ISRC (<i>International Standard Recording Code</i> – similar ao CPF, identifica de forma única no mundo cada obra gravada e por processos de produção para comercialização. As obras gravadas recebem o nome de <i>fonograma</i>).
A&R (artista e repertório) também conhecido como DIRETOR ARTÍSTICO	Cuida das questões que envolvem planejamento estratégico, escolha de repertório, produtor musical, estética e atitude perante público e mídia. Busca novos artistas para o <i>cast</i> .
PRODUTOR MUSICAL	Gerencia as questões referentes à estética, planejamento operacional, gravações, direção musical, arranjo e composição. Funciona, também, como caça-talento para a gravadora.
DIVULGADOR	Tem como função promover o artista nos meios de comunicação social de massa, principalmente o rádio.
ASSESSOR DE IMPRENSA	Responsável pela produção e circulação de notícias sobre a gravadora e seu <i>cast</i> .
EDITOR MUSICAL	Responsável por cuidar da remuneração dos artistas, garantindo pagamento de direitos referentes à venda e execução pública das obras.

Fonte: PALUDO, 2010.

1.4 – OS TIPOS DE PRODUTOR MUSICAL (CATEGORIZAÇÃO)

Tomando outra tabela como exemplo, Burgess (2002), propõe uma categorização para os tipos de produtores musicais existentes conforme o quadro que segue (sistemizado por mim com base na obra referida):

QUADRO 2: CATEGORIAS DE PRODUTORES SEGUNDO BURGUESS (2002)

Tipo de Produtor	Características do Produtor	Tipo de Artista que contratará
O SABE TUDO FAZ TUDO MANDA CHUVA	Atua como compositor, interprete, multi-instrumentista, técnico de gravação; possui reconhecimento como produtor de <i>hits</i> de sucesso. Dono de selo musical ou gravadora.	Indicado para artistas em carreira solo, que ou não compõe, ou precisam de um co-autor, ou precisam de uma canção de sucesso. Interpretes sem banda de apoio. Indicado para atores e modelos aspirantes a cantores.
O HUMILDE CRIADO	Atua como co-autor, discutindo idéias com o artista. Executa tarefas das quais o artista não quer se ocupar ou para as quais não tem habilidade ou conhecimento, principalmente aspectos administrativos e técnico-musicais do processo de produção. Possui facilidade de adaptação ao estilo de trabalho do artista. Estabelece relação duradoura com o artista, participando de vários projetos e álbuns.	Indicado para artistas que tem forte senso de visão e direção (foco artístico); artistas autoconfiantes que sabem bem o que querem, mas precisam de um “braço-direito”;
O COLABORADOR	A maioria dos produtores se enquadram nesta categoria. Frequentemente são integrantes (ou ex-integrantes) de bandas, como baixistas ou bateristas. Flexibilidade é a principal característica. Disposição para encontrar o que há de valioso nas idéias alheias. Tem o mesmo poder de opinar que o artista que está sendo produzido. Seu lema: “o todo é maior que a soma das partes”. Atalha caminhos e utiliza sua experiência para evitar desperdícios de tempo e dinheiro.	Indicado para artistas seguros que gostam de ter ouvidos experientes por perto para troca de informações e opiniões (e que valorizam pontos de vista diferentes, mesmo que em oposição aos seus).
MERLIM, O MAGO	Participa pouco do processo, encontrando-se com o artista raramente durante as gravações. Detentor de uma aura mística (mito), talento eminentemente reconhecido por todos e aura mágica. Fala pouco e quando fala produz grande impacto. É mais voltado ao todo do que aos detalhes. Conquista grande lealdade do artista e da gravadora. Atua como A&R.	Indicado para artistas solidamente consagrados e com grande verba disponível.

1.5 – OS CUSTOS DE PRODUÇÃO

Um dado que muitas vezes choca os artistas iniciantes é o de que, embora a música seja compreendida pela sociedade como um bem cultural e simbólico, no mercado da Indústria Fonográfica ela é vista antes de tudo como negócio. Como o próprio George Martin relata, “A maioria das grandes gravadoras se liga fixamente em uma coisa e somente uma coisa: o básico. Os lucros devem ser tudo e o fim de tudo. Elas vêem o trabalho de um artista como um produto para ser vendido, como qualquer outro.” (MARTIN, 1995, p. 79) Os custos de produção de um álbum são bem variáveis, podendo ir de alguns reais a milhares de dólares. Abaixo, três exemplos de álbuns de sucesso, seus anos de lançamento e valor investido em produção e um exemplo atual produzido por mim:

QUADRO 3: CUSTOS DE PRODUÇÃO DE ÁLBUNS

ARTISTA	ÁLBUM	ANO DE LANÇAMENTO	CUSTO DE PRODUÇÃO	FONTE
Beatles	<i>Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band</i>	1967	25 mil libras	1
Michael Jackson	<i>Invincible</i>	1982	30 milhões de dólares	2
Legião Urbana	O Descobrimento do Brasil	1993	70 mil dólares	3
Os Caminhantes do Céu	Jornada da Transformação	2006	20 mil reais	4

Fontes:

- (1) Martin, George. Paz, Amor e Sgt. Pepper. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995
Este dado, embora apresentado pelo produtor, é duvidoso. Segundo Jeff Russell (2009), o valor seria 50 mil libras. (nota do autor)
- (2) <<http://super.abril.com.br/cultura/michel-jackson-peao-pop-444376.shtml>>
acesso em 20/01/2010
- (3) RENATO RUSSO: A Entrevista MTV. DVD. São Paulo: Deckdisc, 2007.
- (4) PALUDO, 2010.

1.6 – O PRODUTOR E O MERCADO DE PRODUÇÃO

Não é uma tarefa muito fácil ter acesso aos custos de produção da maioria dos álbuns. Os quatro exemplos anteriores, guardadas as proporções de cada época (no caso específico dos Beatles, o valor representava uma soma bastante alta para a época, como aponta o produtor Martin (1995)), ao menos nos mostram que estes custos são extremamente variáveis, e, em última análise, exigem um investimento considerável. O cantor Renato Russo (DVD, 2007) comenta que a verba de produção circula de um artista para o outro. Isto significa que a gravadora distribui parte da sua receita global para cobrir os custos operacionais totais (marketing, promoção, gravação, circulação, etc) de cada trabalho. Dessa forma, artistas que vendem muito acabam indiretamente fornecendo subsídios para a produção de artistas menores. A construção artística (que vai além da gravação e lançamento dos álbuns no mercado) inclui um árduo trabalho de A&R com a finalidade de posicionar os artistas em destaque na mídia, contribuindo para a elaboração e manutenção de seu *status*. Este misto de prestígio e poder de sedução perante a sociedade pode também ser chamado de “*aura artística*” (G) ou “*imagem mítica*”. Quanto maior for essa variável, mais valioso para a gravadora será o artista e, conseqüentemente, maiores investimentos serão direcionados a ele.

Segundo Burgess (2002), ainda que atualmente a profissão de produtor musical seja mais reconhecida do que na década de 1950, os ouvintes dificilmente compram um álbum porque foi produzido pelo produtor X ou Y. O foco de atenção está sempre voltado para o artista. Ainda assim, a profissão é vista de forma ingênua por muitos aspirantes que a percebem como sendo um passaporte para festas badaladas, fama e fortuna. O produtor dos Beatles mostra que existe um outro lado não tão excitante e fácil quanto pode parecer a olhares mais desatentos. Diz ele: “Ela não é a profissão maravilhosa que parece ser. É um trabalho que exige atenção aos detalhes, que é preocupante, demorado e, às vezes, até mesmo monótono.” (MARTIN, 2002, p. 332) A remuneração do produtor pode ser paga em forma de cachê (faixa à faixa ou pelo projeto como um todo), mediante percentual proveniente de vendas e promoção, ou uma combinação de percentual e cachê. O produtor pode, ainda, investir e custear toda a produção do próprio bolso e vender o produto final para a gravadora. Existe ainda um caso mais raro, no qual um investidor externo custeia a produção: pode tratar-se de um

empresário de um ramo alheio à música que investe no mercado musical como forma de expansão de seus negócios, por acreditar que o artista será rentável. É possível encontrar um caso ainda mais raro (mas existente) de um investidor que custeava o projeto por amor incondicional à música e/ou ao artista, espécie de “mecenas contemporâneo”.

1.7 – O PRODUTOR E O PRODUTO

Os álbuns musicais são gravados nos chamados estúdios de gravação. Estes estúdios podem ocupar de uma simples sala até um prédio inteiro. Neles, existe uma série de equipamentos desenvolvidos para captação, tratamento e manipulação do som gravado. Até o final da década de 1940, as gravações eram feitas com microfones que captavam o que os artistas tocavam e cantavam. As gravações eram realizadas ao vivo. Não havia possibilidade de edições e correções posteriores. Isso implicava em um perfeccionismo indispensável no que se refere à execução ao vivo para que o resultado da gravação pudesse ser aproveitado. Como lembra George Martin,

A gravação ideal era aquela que reproduzia o som original com maior fidelidade, portanto o produtor se concentrava em conseguir o melhor arranjo da banda e a melhor apresentação dos vocais. O engenheiro tinha que conseguir o melhor equilíbrio possível do conjunto inteiro em uma única tentativa. (MARTIN, 2002, p. 340)

Porém, o guitarrista americano Les Paul (nascido em 1915 – falecido em 2009) desenvolveu uma técnica que mudaria completamente o modo como as gravações eram feitas. Segundo Burgess,

Les Paul foi o pioneiro do conceito de *overdubbing* (processo de gravação pelo qual novos sons são adicionados a outros já gravados) no fim da década de 1940 e início da de 1950, na revolucionária gravação de *How High The Moon*⁶. Naquela gravação ele tocou todas as partes de guitarra e Mary Ford fez todos os vocais. (BURGESS, 2002, p. 1-2 – grifos do autor)

⁶ (o) Disponível para audição nos anexos digitais dessa dissertação.



Fig 2. – Primeiro *Overdubbing*: Mary Ford e Les Paul ⁷

Como pode ser observado, a inovação de Les Paul permitiu que um mesmo músico pudesse atuar em diferentes momentos da gravação, tocando variações de seu instrumento ou até mais de um instrumento. Embora este avanço tenha sido revolucionário, até a proliferação dos estúdios caseiros – que utilizam o computador como catalisador e facilitador deste processo – que só começou a se popularizar de fato no início dos anos 2000, o acesso aos estúdios de gravação era uma exclusividade quase que absoluta de artistas que conseguiam ser contratados por uma gravadora. No Brasil, o acesso facilitado aos estúdios começa de forma tímida no início dos anos 1990. Renato Russo (DVD, 2007) aponta que a partir da década de 1990 o termo “independente” começa a ser empregado para designar gravadoras menores que trabalhavam com artistas não contratados por grandes gravadoras. George Martin (2002) ressalta pontos positivos e negativos do sistema de gravação multipista (**G**). Como vantagens, diz que este sistema “[...] dá a oportunidade de superpor um mesmo som várias vezes, de modo que teoricamente você poderia produzir uma orquestra sinfônica com base em um quarteto de cordas.” (MARTIN, 2002, p. 344-345) O ponto negativo é que esta captação em separado pode comprometer o lado emocional da gravação. Segundo o produtor, “Engenheiros e músicos mais jovens estão chegando à conclusão de que a qualidade de uma gravação ‘ao vivo’ com vários instrumentos juntos acrescenta tensão e emoção ao som, ainda que seja mais difícil lidar com ela. (MARTIN, 2002, p. 341 – grifos do autor). Martin complementa a idéia afirmando que

⁷ Fonte: <<http://gibsonlespauls.com>> acesso em 20/01/2010

truques modernos podem até conferir brilho à produção, mas que a composição e a interpretação são supremas.

Como o momento da gravação é um momento de tensão, quanto mais o artista se sentir confortável no estúdio, melhor será o resultado de sua performance. Nesse aspecto, o produtor acaba muitas vezes assumindo o papel de psicólogo, pai e amigo. Diz-se isso, pois o artista pode estar passando por problemas pessoais e o produtor deverá acalmar os ânimos, manter o foco do artista no trabalho e auxiliá-lo a manter a sua auto-estima e confiança. É comum que artistas consagrados estabeleçam sólidos laços afetivos, não só com produtores, mas com técnicos de gravação. Dentre os estúdios musicais existentes, dois dos mais conhecidos e venerados são o americano Electric Lady Studios (localizado na cidade de Nova Iorque / Estados Unidos) e o britânico Abbey Road (localizado na cidade de Londres / Inglaterra). A seguir, apresento algumas imagens dos estúdios citados ⁸.



Fig. 3 – Estúdio #1 Abbey Road (Londres) ⁹

⁸ Mais informações podem ser obtidas nos *sites* dos estúdios.

Abbey Road: <<http://www.abbeyroad.com>> acesso em 19/01/2010

Electric Lady Studios: <<http://www.electricaladystudios.com>> acesso em 19/01/2010.

⁹ Fonte:

<<http://bmwvcfa.files.wordpress.com/2009/10/elyakimtaussigabbeyroadlondonenglandw900.jpg>> acesso em 19/01/2010

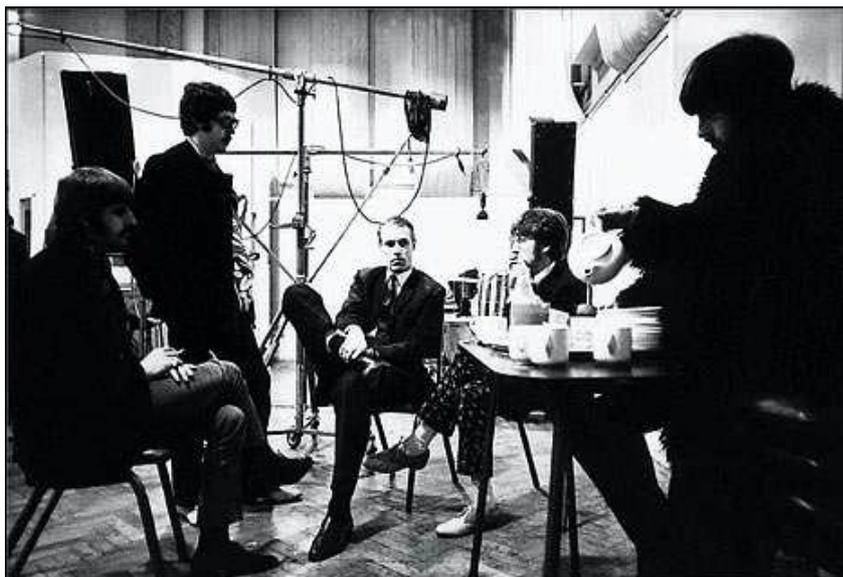


Fig. 4 – George Martin com os Beatles no Abbey Road (1967) ¹⁰



Fig. 5 – Produtor Eddie Kramer no Electric Lady Studios NYC em 1970 ¹¹

¹⁰ Fonte: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-445887/Exclusive-Unseen-Beatles-photo.html>> acesso em 19/01/2010

¹¹ Fonte: <<http://www.crawdaddy.com/index.php/2009/08/14/the-eddie-kramer-woodstock-experience>> acesso em 19/01/2010 / NYC = cidade de Nova Iorque.



Fig. 6 – Electric Lady Studios NYC (atualmente)¹²

Como veremos ainda neste capítulo (quando eu falar sobre o álbum “*Sgt. Peppers*” dos Beatles), a arte gráfica dos álbuns possuía limitações de espaço físico para que dados técnicos fossem incluídos na obra. Quando assistimos a um filme no cinema ou no DVD, ao final da obra, são exibidos os chamados “créditos”. Trata-se de uma ficha técnica (**G**) detalhada envolvendo o nome de todos os participantes da obra e suas funções (direção, câmera, figurino, trilha sonora, etc). Na década de 1970, este espaço físico nos álbuns para a impressão de fichas técnicas foi ampliado (principalmente após “*Peppers*” apresentar uma capa dupla). Nos anos 2000, com a proliferação dos sistemas digitais, podemos observar que o espaço voltou ao formato original, tornando-se reduzido. Em 2005, Robert Dimery lança o livro “1001 Discos para Ouvir Antes de Morrer”. Nesta obra, o autor faz um apanhado de 1001 álbuns musicais lançados entre as décadas de 1950 e 2000. Mesmo que não apresente fichas técnicas detalhadas, indica o nome do produtor de cada álbum selecionado. Os estilos predominantes adotados são referentes a álbuns de *rock* e música pop. Um dado importante que surge através dessa leitura é que vários destes álbuns analisados foram produzidos por mais de um produtor. Isso significa que o produtor pode contribuir em faixas isoladas ou ainda dividir a produção com outros colegas de profissão. Baseado na análise da obra referida, elaborei uma pequena “galeria de produtores musicais”, indicando o nome do produtor, sua origem, foto do produtor (as fontes de cada foto encontram-se em nota de rodapé) e um ou dois álbuns importantes produzidos por estes produtores. Assim, o leitor pode

¹² Fonte: <http://www.electricaladystudios.com/studio_a.htm> acesso em 19/01/2010

conhecer alguns dos nomes mais expressivos do mercado que produziram obras musicais consagradas internacionalmente.

PEQUENA GALERIA DE PRODUTORES MUSICAIS

Bob Ezrin (Canada)

Kiss – Destroyer (1976)

Peter Gabriel – Peter Gabriel I (1977)



13

Brian Wilson (Estados Unidos)

The Beach Boys – The Beach Boys Today (1965)

The Beach Boys – Pet Sounds (1966)



14

¹³ Fonte: <<http://www.tonic.com/images/bio/bob-ezrin.jpg>> acesso em 23/01/2010

¹⁴ Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Brian_Wilson_Jan_2007.jpg> acesso em 23/01/2010

Butch Vig (Estados Unidos)
Nirvana – Nevermind (1991)



15

Chas Chandler (Inglaterra)
The Jimi Hendrix Experience – Are You Experienced (1967)
The Jimi Hendrix Experience – Axis: Bold As Love (1967)



16

Flood (Inglaterra)
Depeche Mode – Violator (1990)
INine Inch Nails – The Downward Spiral (1994)



17

¹⁵ Fonte: <http://www.mtv.com/shared/promoimages/bands/g/garbage/butch_vig/281x211.jpg>
acesso em 23/01/2010

¹⁶ Fonte: <<http://www.ericburdonalbums.com/zzz%20reunion%20tour%201983%20-%20chandler.JPG>>
acesso em 23/01/2010

¹⁷ Fonte: <http://bp0.blogger.com/_rYVRqAH6Wkw/R4POa-J8tFI/AAAAAAAAAH8/kBvNpnloq84/s200/Producer_Flood.jpg> acesso em 23/01/2010

George Martin (Inglaterra)

The Beatles – Revolver (1966)

The Beatles – Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band (1967)



18

Jack Endino (Estados Unidos)

Mudhoney – Superfuzz Bigmuff (1988)



19

Jaques Lu Cont (Inglaterra)

Les Rythmes Digitales – Darkdancer (1999)



20

¹⁸ Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:George_Martin.jpg> acesso em 23/01/2010

¹⁹ Fonte: <<http://billboard.br.com/uploads/Image/endino1.jpg>> acesso em 23/01/2010

²⁰ Fonte: <http://userserve-ak.last.fm/serve/_/3252267/Jacques+Lu+Cont+jlc.jpg> acesso em 23/01/2010

Norman Smith (Inglaterra)

Pink Floyd – The Piper At The Gates of Dawn (1967)



21

Phil Spector (Estados Unidos)

John Lennon – Plastic Ono Band (1970)



22

Prince (Estados Unidos)

Prince – Prince (1982)



23

²¹ Fonte: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/6/60/Norman_Smith.jpg> acesso em 23/01/2010

²² Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Phil_Spector_mugshot.jpg> acesso em 23/01/2010

²³ Fonte: <<http://cinemagia.files.wordpress.com/2009/04/prince.jpg>> acesso em 23/01/2010

Quincy Jones (Estados Unidos)

- Michael Jackson – Off The Wall (1979)

- Michael Jackson – Thriller (1982)



24

Além dos nomes citados anteriormente que constam na obra de Dimery (2007), no Brasil podemos destacar alguns exemplos de produtores musicais: Apollo 9, Astronauta Pinguim, Carlos Eduardo Miranda, Carlos Trilha, Ezequiel Neves, John Ulhoa, Liminha, Marco Mazzola, Mario Caldato Jr., Nelson Motta, Rafael Ramos, Rick Bonadio, Rogério Duprat e Tom Capone.

O produtor musical é responsável, como vimos até aqui, por auxiliar o artista a equacionar adequadamente aquilo que ele deseja expressar com o lado econômico, ou seja, a gravadora que o está contratando e financiando a produção da obra, e com o público que pagará para obter o material proveniente da produção. Este material – que podemos chamar de produto final – pode se apresentar em diversos formatos. Para entendê-los, elaborei o quadro que segue²⁵:

²⁴ Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Quincy_Jones_2006.jpg> acesso em 23/01/2010

²⁵ QUADRO 4: Fonte (PALUDO, 2010).

QUADRO 4: NOMENCLATURA ADOTADA PELA INDÚSTRIA FONOGRAFICA PARA CLASSIFICAÇÃO DE LANÇAMENTOS MUSICAIS

PRODUTO FINAL (formato)	DESCRIÇÃO / OBJETIVO
DEMO	Abreviatura de “demonstração”, normalmente em referência a fitas e discos usados para marketing e testes. Serve, também, como demonstração para que um produtor entenda aonde o artista quer chegar. Gravações simples, com acabamento semi-profissional ou amador.
<i>HIT SINGLE</i>	Também conhecido como “música de trabalho” (nos anos 1960 como compacto) contém duas faixas consideradas potencialmente vendáveis. Utilizado, também, como material promocional pelos divulgadores da gravadora.
PROMO	Similar ao <i>Hit Single</i> . Porém, contém quatro faixas.
EP (<i>Extended Play</i>)	Normalmente apresenta entre cinco e oito faixas. Espécie de LP reduzido.
LP (<i>Long Play</i>)	Formato predominante de lançamento das obras musicais, amplamente explorado nas décadas de 1950 até 1993. Também conhecido como disco de vinil, comportava vinte minutos de gravação de cada lado (LADO A e LADO B), totalizando quarenta minutos.
ALBUM	Nomenclatura que passa a ser adotada em definitivo após o surgimento do CD (em 1993), substituindo o LP. Ainda assim, existem várias referências ao termo “álbum” na “Era do LP”. O CD comportava, inicialmente setenta e quatro minutos totais de duração, sendo ampliado para oitenta minutos nos anos 2000.
COLETÂNEA	Também conhecido no mercado musical como “venda de catálogo”, consiste em compilações de <i>hit singles</i> e sucessos. Já figurava na “Era do LP” e continua sendo uma modalidade existente até os dias atuais. Existem, também as chamadas “Coletâneas LADO B” que apresentam faixas opostas aos <i>hit singles</i> , isto é, que não figuraram em <i>singles</i> e não foram consideradas potencialmente comerciais pelas gravadoras.
DELUXE	Lançado em suporte CD e/ou <i>digital release</i> , é chamada de “Edição de Luxo”. Normalmente, composto de dois álbuns integrando um único lançamento (álbum original <i>remasterizado</i> [vide adiante] + um álbum bônus com conteúdo similar ao do <i>BOX SET</i> (espécie de mini <i>BOX SET</i>).
BOX SET	Edições luxuosas e caras, normalmente comemorativas (morte do artista, décadas de lançamento da obra, etc). Incluem um projeto gráfico sofisticado. Podem conter discografias reunidas, material inédito, versões alternativas, <i>remixes</i> e sobras de estúdio (como trechos de sessões de gravação não lançadas – chamados de <i>outtakes</i> e <i>rehearsal</i>).
DIGITAL RELEASE	Termo que ganha força e começa a ser empregado a partir de 2007. Consiste no lançamento digital (arquivos em formato MP3 ou WAV). Não existe limite máximo de faixas, porém, normalmente respeita as estruturas que o precederam, ou seja, de <i>hit single</i> a <i>BOX SET</i> .

1.8 – AS ETAPAS DA PRODUÇÃO

As etapas de produção não costumam variar muito, independente do tipo de artista com os quais o produtor trabalha e do tipo de produto final que será produzido. Basicamente, segue-se o modelo que trabalha embasado em três grandes etapas. São elas Pré-Produção, Produção e Pós-Produção. A seguir, abordarei um pouco sobre cada uma destas etapas.

1.8.1 – PRÉ-PRODUÇÃO

Nessa primeira etapa, o processo normalmente se dá com o produtor e o artista realizando reuniões básicas de *start*. Entenda-se por *start* esse momento inicial no qual os esboços preliminares do trabalho serão traçados. Cabe lembrar que tanto o artista pode procurar o produtor para trabalhar quanto o inverso, e ainda existe a modalidade na qual a apresentação entre eles se dá, como já falei anteriormente, pelo A&R da gravadora. A etapa de Pré-Produção é, de fato, a etapa de planejamento do trabalho. Estabelecem-se as metas, prazos e objetivos da produção, levando-se em conta os recursos e o orçamento disponíveis para produção. Embora não seja uma regra sem exceção, normalmente o produtor será responsável por fazer os contatos com os estúdios de gravação para verificar a disponibilidade dos mesmos para a produção. Algumas gravadoras possuem seus próprios estúdios. Outras locam estúdios de terceiros. Atualmente, devido à redução de custos dos equipamentos de produção e a inclusão massiva da informática no processo produtivo, muitos artistas produzem parte ou até todo o material em seus próprios estúdios.

Além do planejamento comentado, audições e ensaios são primordiais nesse momento. As audições não se limitam às canções ou composições apresentadas pelo artista. Nesse meio, assim como ocorre na publicidade, por exemplo, trabalha-se muito com as chamadas referências. Isso significa analisar obras de outros artistas, pesquisando sonoridades e questões estéticas para adequação de acordo com os anseios do artista, gravadora, mercado e público. Muitas vezes o artista já chega ao produtor com as canções em estágio de pré-produção, realizadas de forma caseira, em estúdio

próprio. Como vimos antes, são as chamadas *demos* (**G**). A partir da audição de uma *demo*, o produtor pode compreender de forma mais clara o que o artista tem em mente. Unindo-se a *demo* às referências, fica mais fácil projetar um esboço sólido de como a produção deverá ficar quando estiver concluída. Nem sempre é fácil descrever idéias, ainda mais em se tratando de música. Como aponta Martin (2002) o papel do produtor é o de traduzir idéias em som. Portanto, tudo o que facilitar essa caminhada é de grande importância.

A etapa de Pré-Produção (planejamento) é vital para minimizar perdas econômicas e frustrações emocionais. Conforme relatos de Martin (2002), alguns artistas como os Beatles tinham orçamento suficiente para entrar em estúdio com poucas idéias e gastar longas horas dentro dele testando possibilidades e criando. Atualmente, a maioria dos artistas novatos não pode se dar a esse luxo (exceto aqueles que utilizam estúdios caseiros). Horas de estúdio implicam em dinheiro. Horas de estúdio mal aproveitadas significam dinheiro perdido. Para se ter uma idéia aproximada do que isso representa nos dias atuais, tomando como base a cidade de Porto Alegre / RS, o custo médio de locação de uma hora de estúdio (pesquisa realizada por mim em 2009) é de R\$ 60,00 (sessenta reais). Já vimos, anteriormente, que o tempo de produção de um álbum é extremamente variável. Seguindo no exemplo de Porto Alegre, o tempo médio gasto em estúdio para a produção de um álbum (conforme minha experiência) fica em torno de 150h (cento e cinquenta horas). Tomando o custo médio apresentado e multiplicando-o pelas horas médias necessárias para a produção de um álbum, podemos concluir que o valor investido em estúdio é equivalente a R\$ 9.000,00 (nove mil reais). Este valor é bastante elevado para uma banda que está começando. Porém, se esta etapa for levada a sério, a próxima etapa (Produção) tende a ocorrer de forma tranquila e equilibrada.

Cabe ainda ressaltar a importância dos ensaios nesta etapa. Neles, o produtor pode sugerir mudanças no trabalho, acrescentando ou suprimindo partes harmônicas, melódicas, rítmicas e inclusive sugerindo alterações em letras e títulos das canções e composições. Como é possível comprovar através da leitura da obra de Martin (2002), na década de 1950, o produtor agia de forma mais contida. Com o passar dos anos (e Martin foi um dos pioneiros neste campo) o produtor passou a contribuir de forma mais direta e explícita no resultado final do trabalho, principalmente no que diz respeito aos

arranjos musicais (*G*). O arranjo compreende a escolha dos instrumentos que serão gravados, a sonoridade que cada um vai apresentar, o que cada músico tocará, como o músico tocará (como será sua performance) e como as partes se encadeiam na composição. É um trabalho de orquestração que exige grande conhecimento musical, apuro estético e sensibilidade artística e humana. O produtor deve saber reconhecer o limite dos músicos, exigindo que deem o máximo de si, mas sem extrapolar o nível de exigência. Falarei mais sobre isso na etapa que segue. Existe, ainda, a possibilidade de que músicos externos ao trabalho sejam recrutados para a gravação. Podem ser amigos do artista principal, ou ainda, músicos contratados especialmente para o trabalho. Estes músicos são chamados de “*músicos de estúdio*”. Se uma banda de *rock*, por exemplo, deseja incluir um solo de sax em uma gravação e não possui um saxofonista pertencente ao grupo, levando em consideração que o produtor realmente julgue importante a introdução deste instrumento para contribuir de forma positiva ao resultado final, e partindo do pressuposto que a banda não tenha amizade ou admiração por nenhum saxofonista em especial, certamente um “*músico de estúdio*” especializado neste instrumento musical seria recrutado. Este tipo de músico é remunerado mediante cachê, pago faixa a faixa, ou ainda, em custo fixo negociado, caso participe de mais de uma música. Tem ainda assegurados direitos referentes a proventos relativos a direitos autorais por execução pública da obra gravada em meios de comunicação de massa ²⁶. Em resumo, na etapa de Pré-Produção é determinado em que estúdio o trabalho será produzido e pós-produzido, quem serão os músicos e técnicos de gravação envolvidos, que instrumentos serão utilizados, o que será gravado, como serão os arranjos e, ainda, qual a verba e prazo disponíveis para a realização do projeto. A seguir, vem a etapa de Produção.

1.8.2 - PRODUÇÃO

Se a etapa de Pré-Produção corresponde a de planejamento, a etapa de Produção corresponde à execução. Uma vez que foi tudo definido, é hora de entrar no estúdio e começar a gravar. Até o surgimento da já descrita técnica de *overdubbing* desenvolvida por Les Paul, a Produção era realizada em poucos dias. No entanto, com o passar do tempo, com a redução dos custos de produção e acesso aos estúdios cada vez mais

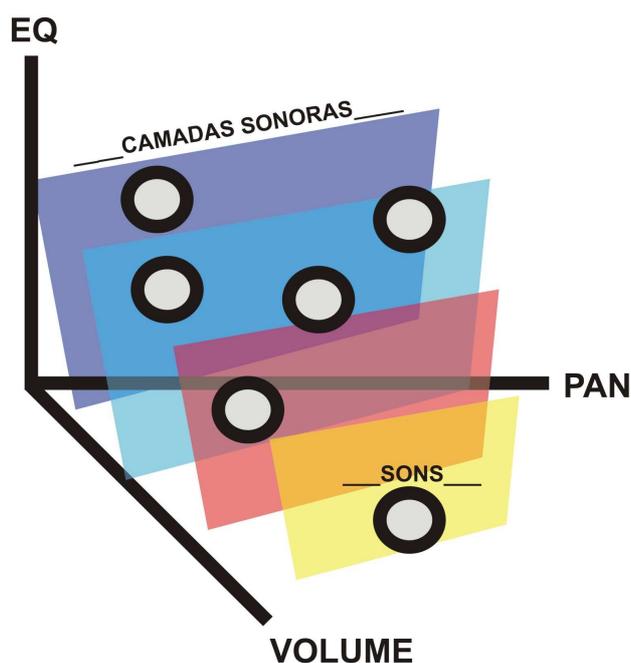
²⁶ Atualmente em Porto Alegre / RS, o valor médio de cachê pago a um “*músico de estúdio*” por faixa gira em torno de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais). Fonte: PALUDO, 2010.

disponíveis, esta etapa passou a ser mais demorada, algumas vezes levando mais de um ano. O *overdubbing* possibilitou não só que o mesmo músico gravasse mais de uma vez o seu instrumento (ou outros além do seu), como que as partes da música fossem gravadas em dias diferentes e até em estúdios diferentes. Existem diversos casos em que a bateria e o baixo foram gravados no estúdio X, as guitarras e violões no estúdio Y e os vocais no estúdio Z. Artistas que dispõem de um orçamento considerável de gravação costumam, inclusive, gravar partes das faixas em países diferentes. Este tipo de conduta tem uma explicação: como vimos anteriormente, é importante que o artista sinta-se confortável ao gravar. Fora isso, existem estúdios que apresentam uma sonoridade (e além dos equipamentos, as instalações físicas são decisivas neste aspecto) muito boa para captação e gravação de bateria, mas não tão boa para vocais.

Outro item importante no processo de produção refere-se à gravação multipista (**G**). Inicialmente, até os anos de 1950 e à descoberta de Les Paul, as gravações ocorriam em mono (**G**), tudo em um único canal. Não havia possibilidade de edição ou separação entre os instrumentos gravados e a voz. Na década de 1960 já era possível gravar-se utilizando duas pistas independentes, e estúdios mais avançados contavam com gravadores de quatro e até oito pistas. A proliferação dos equipamentos estéreo (**G**) começou a tornar-se popular a partir da década de 1970. O estéreo possibilitou uma espacialização do som. Mesmo utilizando dois canais básicos (esquerdo e direito), criava-se uma sensação tridimensional durante a audição. Podemos traçar uma analogia com a visão: dispomos de dois olhos, mas percebemos os objetos e as pessoas em três dimensões. O mesmo ocorre com o som. Os canais possuíam controles independentes de volume e equalização (graves, médios e agudos). O controle que comandava o som mais para a esquerda ou mais para a direita foi inicialmente chamado de “balanço”. Atualmente, o termo utilizado em produção musical é “PAN” (**G**) (que provém de PANorama). Assim, a soma dos comandos VOLUME, PAN e EQ (de EQualizador) permitem espacializar os sons dentro de uma gravação, criando camadas de som (*music layers*) e efeitos de profundidade. Vale lembrar que essas camadas devem ser apreendidas como um recurso explicativo didático, uma vez que não existem camadas puras, pois os sons, ainda que espacializados, acabam involuntariamente invadindo camadas adjacentes em todas as direções (à frente, atrás, à esquerda e à direita, acima e abaixo). Quanto mais alto for o VOLUME, maior será a sensação de proximidade. O EQ é utilizado para atenuar ou acentuar determinadas frequências. Isto é importante,

pois através deste controle evitamos que ocorram os chamados “*choques de frequência*”. Trazendo um exemplo ilustrativo, imaginemos o som de um bumbo de bateria bem grave. O EQ pode evitar que o som deste bumbo entre em choque com notas graves produzidas pelo baixo. Se este choque não for evitado, o som tende a se sobrepor e a diferenciação entre o som do baixo e do bumbo tende a desaparecer, confundindo o ouvinte. Isto é chamado em produção musical de “*som embolado*”. É possível entender esta espacialização do som através do gráfico tridimensional apresentado a seguir. A este equilíbrio entre os sons gravados utilizando conjuntamente os comandos de VOLUME, PAN e EQ dá-se o nome de “*equilíbrio da imagem estéreo do som*” (**G**).

GRÁFICO ESQUEMÁTICO DA IMAGEM ESTÉREO DO SOM ²⁷



O “*equilíbrio da imagem estéreo do som*” é comumente chamado de “*mixagem*” (**G**). Nos processos de gravação em quatro canais (assim foi gravado o álbum “*Sgt. Peppers*” dos Beatles em 1967), caso o artista deseje gravar mais do que quatro elementos sonoros distintos, deverá estar apto a: em primeiro lugar, planejar muito bem

²⁷ Fonte: (PALUDO, 2010).

a gravação; em segundo lugar, realizar uma espécie de “malabarismo sonoro”. Assim, exemplificando, no canal (também chamado de pista de gravação (**G**)) 1, poderá gravar o baixo e a bateria. No canal 2, uma guitarra. No canal 3, vozes. No canal 4, órgão. Uma vez que o baixo e a bateria foram gravados juntos no canal 1 (portanto, devem ter sido tocados juntos, logicamente por pessoas distintas, pois o *overdubbing* só funciona em canais separados), os controles de VOLUME, PAN e EQ atuarão igualmente sobre toda a bateria e sobre o baixo. Assim, o sucesso do *overdubbing* estava diretamente ligado à disponibilidade de canais de gravação. Utilizando-se dois gravadores simultâneos de quatro canais, era possível “gastar” os quatro canais disponíveis do primeiro gravador e, depois, *mixar* e enviar o conjunto dos quatro canais mixados do gravador #1 para uma ou duas pistas do gravador #2. Assim, teríamos quatro pistas gravadas, *mixadas* e enviadas a outras duas pistas de outro gravador. Este processo é chamado em produção musical de “*redução*”. Até a proliferação dos estúdios digitais nos anos 2000, isso acarretava em considerável perda de qualidade. Sucessivas *reduções* significavam aumentos desagradáveis de ruído ao resultado final. Como aponta Martin (2002), a tecnologia foi evoluindo aos poucos. Como as novidades tecnológicas chegaram mais cedo em alguns países como Inglaterra e Estados Unidos, elaborei um “quadro aproximado” procurando traçar a evolução entre a década de 1950 e o momento atual²⁸.

QUADRO 5: EVOLUÇÃO DOS CANAIS / PISTAS DE GRAVAÇÃO DE 1950 A 2010

DÉCADA	NÚMERO DE CANAIS DISPONÍVEIS	RESULTADO FINAL
1950	1 A 2	MONO
1960	4 A 8	MONO
1970	8 A 16	ESTÉREO
1980	16 A 24	ESTÉREO
1990	24 A 32	ESTÉREO
2000	48 A 64	ESTÉREO
2010	128	ESTÉREO

²⁸ Fonte: (PALUDO, 2010).

Observando a tabela acima, notamos que a disponibilidade de canais de gravação teve um incremento de aproximadamente 12.700% em 60 anos. Trata-se de um avanço considerável.

Tomando como base os dias atuais, depois de gravado e *mixado*, o resultado final dá origem a uma gravação final estéreo. A esta gravação se dá o nome de “*matriz*” ou *fonograma* (**G**). Após todas as faixas do trabalho serem gravadas e *mixadas*, chegamos à última etapa, a Pós-Produção.

1.8.3 – PÓS-PRODUÇÃO

A Pós-Produção é a última etapa no processo de produção musical. Uma das principais tarefas executadas neste momento recebe o nome de “*masterização*” (**G**). Salvo raros casos, a *masterização* é realizada por engenheiros ou técnicos de som especializados nesta função. Utilizando um misto de equipamentos analógicos e digitais (às vezes optando-se apenas pelo caminho analógico, noutras exclusivamente pelo digital, e no terceiro caso, um misto das duas modalidades), o *masterizador* (**G**) – como é conhecido este profissional – vai procurar gerar uma uniformidade entre as faixas de um álbum. Esta uniformidade é conhecida como “*equilíbrio de pressão sonora*” entre as faixas. Isso significa que, no momento da audição da obra, o ouvinte não terá a necessidade de aumentar o volume de seu aparelho reproduzidor musical para “ouvir melhor” uma música suave e nem precisará reduzir o volume para escutar uma música de caráter mais agressivo. Assim, a “*pressão sonora*” (**G**) corresponde ao impacto gerado pelo som no momento da audição, principalmente no que diz respeito ao volume e textura do som. A textura engloba elementos subjetivos do som como “aveludamento” e “compressão”. O aumento de *pressão sonora* implica na perda de nuâncias entre os timbres/sons e aumento de volume. O “aveludamento” implica em riqueza de detalhes dos timbres/sons e perda de volume. Trata-se de uma escolha, acima de tudo, estética. Existe, porém, um lado mercadológico influente: principalmente no caso de bandas de *rock*, as rádios FM privilegiam gravações com grande impacto e conseqüente *pressão sonora*. Esta pressão para a rádio é comumente chamada de “*punch*” (**G**) (em inglês, significa “soco”). Normalmente, o *masterizador* utiliza-se dos seguintes periféricos (analógicos, digitais ou ambos) para *masterizar*: COMPRESSOR (**G**), EQUALIZADOR (**G**) e PRÉ-AMPLIFICADOR (**G**). Quando se adiciona *punch* (**G**) a

uma gravação, é comum a utilização de uma gíria de produção musical para designar esse procedimento: “aquecer o som” (existem variações como “esquentar” ou “ferver o som”). Como outros procedimentos já citados, os valores cobrados pela *masterização* são bastante variáveis. Um dos principais nomes do Brasil, o *engenheiro de som (G)* e *masterizador* Enrico de Paoli, cobra em torno de R\$ 200,00 (duzentos reais) ²⁹ por faixa.



Fig. 7 – Enrico De Paoli (um dos mais respeitados *masterizadores* do Brasil) ³⁰

Não se deve confundir o termo *masterização* com outro muito comum nos dias atuais (principalmente em lançamentos do tipo *BOX SET*): trata-se do termo “*remasterização*” (*G*). A *remasterização* implica em uma nova *mixagem* e *masterização* de obras já lançadas, com o intuito de promover uma melhora do som, normalmente implicando, também, em incremento de *punch*. Esse processo é muito comum em datas comemorativas (10, 15 ou 20 anos de lançamento do material original, por exemplo). No ano de 2009, toda a obras dos Beatles foi relançada utilizando-se justamente a técnica de *remasterização*. Cabe ressaltar que, embora em grande parte dos casos a proposta estética e guia geral de como os elementos foram *mixados* nas faixas sejam respeitados para preservar a integridade artística da obra, tal recurso (às vezes pouco perceptível para ouvidos leigos) implica na geração de um nova obra, uma vez que, embora sejam utilizados os mesmos elementos base, teremos a geração de novos *fonogramas*.

²⁹ Dado pesquisado no *site* do produtor:

<http://www.enricodepaoli.com/enricodepaoli_p/Pagamento.html> acesso em 20/01/2010.

³⁰ Fonte: <http://www.musitec.com.br/images/geral/6_7_2005_14_56_52_djavan03.jpg> acesso em 21/01/2010.

Muitas vezes, ocorrem algumas manipulações do som entre o final do processo de Produção e o início do processo de Pós-Produção. Tomando como base, podemos imaginar uma guitarra que foi gravada sem o efeito de eco e o mesmo é aplicado nessa transição. A estas alterações posteriores que ocorrem após a gravação em estúdio e antes da *masterização* com o objetivo de gerar novos códigos sonoros que tragam contribuição estética – o que logicamente influenciará o todo – proponho chamá-las de “*maquiagem sonora*” (G). Este termo sistematizado por mim foi publicado em 2009 na revista especializada em áudio Backstage, uma das mais respeitadas publicações de áudio do Brasil, e já é adotada por outros produtores musicais. Realizados os procedimentos descritos acima, o produtor está apto para entregar ao artista ou à gravadora o produto final, que como vimos, pode ir desde uma faixa avulsa até um *BOX SET*.

Podemos, finalmente, resumir as etapas de produção conforme a tabela abaixo:

TABELA ESQUEMÁTICA: ETAPAS DE PRODUÇÃO ³¹

Etapa	Sinônimo
PRÉ-PRODUÇÃO	planejamento
PRODUÇÃO	execução
PÓS-PRODUÇÃO	finalização

1.9 – GRAVADORAS E SELOS MUSICAIS

Uma gravadora deve ser entendida como uma empresa constituída (no caso do Brasil, que possua contrato registrado na junta comercial) e habilitada para trabalhar com produção, promoção e comercialização fonográfica. Atualmente, o mercado está dividido em dois grupos distintos: *majors* (grandes gravadoras) e *indies* (pequenas gravadoras e pequenos *selos*) (G). Apenas quatro grandes grupos (vide tabela a seguir) figuram na categoria das *majors* no mundo todo. As *indies* (também conhecidas como *selos* fonográficos) podem trabalhar de forma autônoma e independente ou, ainda, funcionarem como pequenos braços das *majors*. As *majors* possuem maior poder de penetração nos meios de comunicação de massa. No entanto, seus maiores

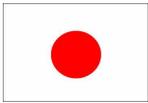
³¹ Fonte: (PALUDO, 2010).

investimentos estão voltados aos artistas mais renomados e estabelecidos, os quais, por consequência desta posição privilegiada, representam maiores rendimentos para as *majors*.

Os *selos* começaram a se multiplicar no Brasil e no mundo a partir da década de 1990. Se olharmos para sites especializados em comercializar *digital releases* como a britânica Juno ³² (um dos maiores vendedores de música eletrônica do mundo), poderemos observar que o número de *selos* existentes hoje é enorme. Se até a década de 1990 os A&R's trabalhavam caçando novos talentos para serem promovidos e comercializados pelas *majors*, com o surgimento das *indies*, mais artistas tiveram oportunidade de colocar o seu trabalho em exposição para venda. Porém, nos dias atuais, quem normalmente custeia a produção de um álbum – independente de se tratar de um artista estabelecido ou iniciante – é o próprio artista. As gravadoras, sejam elas *majors* ou *indies* passaram a assumir o papel muito mais de promoção e comercialização do que de produção. Por isso, embora com a profusão do acesso às novas tecnologias, a redução dos custos de produção e a pirataria digital (*G*), o produtor passou a ter mais importância ainda no processo de construção artística, uma vez que trabalhar sem ele (salvo raras exceções de artistas que conseguem produzir bem seus projetos) implica em um voo cego e improdutivo. O quadro a seguir apresenta as quatro *majors* e alguns exemplos de *selos* no Brasil.

³² Vide Juno Records UK <<http://www.juno.co.uk>> acesso em 12/12/2009.

QUADRO 6: MAJORS x INDIES ³³

<p><i>Majors</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ EMI (Inglaterra)  ▪ Warner (Estados Unidos)  ▪ Sony Music (Japão)  ▪ Universal Music (Estados Unidos) 
<p>Selos / Indies no Brasil</p> 	<p>Biscoito Fino, Lua Music, Fiber Records, MCD, MZA Music, ST2 Records, Tinitus, USA Discos, Trama, Yb, Wav Label, dentre outros.</p>

No que tange a contratações, uma *major* só vai contratar um artista no qual ela realmente perceba um real valor mercadológico (isto é, talento associado à uma vendagem considerável). E quem vai receber os maiores investimentos em marketing são justamente os artistas que já estão no *mainstream* ³⁴ ou aqueles que são potenciais candidatos a estarem no *mainstream* (**G**). Migrações entre *mainstream* e *underground* (**G**) existam. Mesmo assim, o caminho de migração de um artista que está em uma *indie* (**G**) e acaba sendo contratado por uma *major* é um caminho de mão dupla, isto é, às vezes um artista que está numa *major* acaba migrando para uma *indie*. Um artista “cair de pára-quedas” diretamente e uma *major* é caso raro e normalmente resulta em fracasso absoluto.

³³ Elaboração: (PALUDO, 2010).

³⁴ *Mainstream* é a denominação utilizada no mercado musical para aqueles artistas *top* de linha, consagrados pelo público e que ocupam espaço simbólico constante e privilegiado na mídia. O oposto (aonde se encontra a maioria dos artistas, em especial os iniciantes) é chamado de *Underground*.

Ao menos por enquanto, o poder de fogo das *major*s é maior do que o das *indies*: elas detêm o monopólio quase que total dos grandes veículos de comunicação, os melhores e mais destacados lugares nas prateleiras das lojas e uma distribuição muito eficiente (pois além de colocar o produto nas lojas, elas ainda dispõem de um outro elemento importantíssimo chamado “*divulgador*”. O *divulgador* (*G*) é a figura que vai estar fisicamente presente nas lojas, nas rádios e nos programas de TV fazendo o *link* entre o artista+produto e o seu destino, no caso, veículos, canais diretos de venda e público consumidor). No entanto, o nível de exigência em termos de vendagem é infinitamente maior do que se o artista figurar o *cast* de uma *indie*. Dez mil cópias vendidas em uma *major* representam pouco ou quase nada. Em uma *indie*, esta vendagem é encarada como um grande sucesso.

Existem prós e contras de figurar em uma *major*. Veja o que segue:

Vantagens de se estar numa *major*: distribuição eficiente, grande poder de fogo (promoção, marketing, divulgação, construção de imagem), credibilidade no mercado (gera credibilidade ao artista por associar seu nome à uma marca reconhecida pelo mercado consumidor, divulgador e distribuidor) e rapidez em termos de divulgação (o trabalho é exposto simultaneamente em diversos veículos de comunicação e pontos de venda em um período quase instantâneo).

Desvantagens de se estar numa *major*: retração do mercado (implicando em retração de novas contratações, principalmente de novos artistas emergentes), remuneração por vendas menor do que uma *indie* e altíssimo nível de exigência.

Voltando às *indies* e *selos*, podemos entendê-los como “mini gravadoras”. As suas atribuições são as mesmas de uma gravadora *major*, isto é, posicionar e lançar o produto e o artista no mercado, e conseqüentemente gerar vendas. Como os *selos* são empresas muito menores, o artista acaba recebendo um tratamento mais personalizado do que receberia em uma *major*. No entanto, o nível de investimento de uma *indie* é muito menor do que de uma *major*, pois seu orçamento para promoção e marketing é estritamente reduzido e seu “poder de fogo” – de um modo geral – é bem menor. As *indies* fazem um “trabalho de formiguinha” entrando em brechas que existem e trabalhando com vendagens e promoção bem mais modestas. Dificilmente uma *indie*

vai bancar a gravação, finalização e prensagem de um álbum ³⁵. Assim como nas *majors*, nas *indies* há prós e contras. São eles:

Vantagens de se estar em uma *indie*: ainda contratam artistas novos (diferente do que ocorre com as *majors*), fazem um trabalho mais personalizado com o artista, dão um suporte igualmente personalizado e em eventuais casos custeiam parte do processo de produção, além de oferecerem remunerações melhores do que as *majors* (por álbum ou faixa vendidos).

Desvantagens de se estar em uma *indie*: possuem “poder de fogo” reduzido (em termos de marketing, promoção e distribuição), trabalham com verbas modestas, tem pouco ou nenhum poder de penetração nos grandes veículos (TV, rádio, jornal) e pouca credibilidade de marca (normalmente não são marcas fortes).

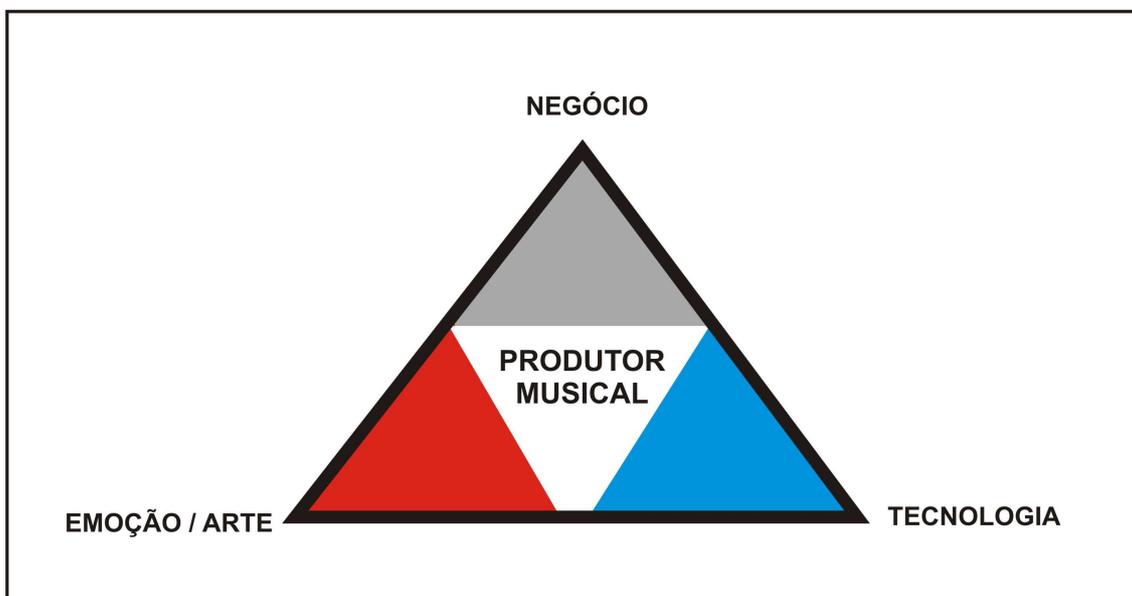
Vale por fim ressaltar que as *majors* possuem sub-divisões, isto é, seus próprios selos (muitas vezes distribuídos de acordo com o estilo musical, público alvo e proposta estética do artista). Em alguns casos, pequenos selos independentes acabam trabalhando em conjunto com *majors* (para fins de distribuição, principalmente). No Brasil e no mundo, há uma gama considerável de artistas totalmente fora desse mercado que gravam, prensam pequenas quantidades de forma caseira (o próprio computador assume o papel da prensadora utilizando-se *softwares* simples de gravação que integram a compra de um gravador de CD – como o programa Nero) e comercializam o material em suas apresentações. Também fazem, sozinhos ou com o auxílio de amigos, uma divulgação e promoção de forma caseira ou amadora. Passaremos a seguir para a penúltima parte desse sub-capítulo. Nela, vou abordar como os produtores se tornam produtores.

³⁵ Prensagem é o processo industrial de duplicação / replicação de um álbum. As tiragens mínimas no Brasil giram em torno de 1000 cópias. (dado consultado em <<http://www.cdmais.com.br>> acesso em 10/10/2009)

1.10 – COMO OS PRODUTORES SE TORNAM PRODUTORES

Em 2006 a revista Backstage publicou uma matéria de capa intitulada “Produtores Musicais”³⁶. Nela, alguns produtores estabelecidos no mercado brasileiro falaram sobre o trabalho e carreira de produtor musical. Esta matéria será uma das bases para este sub-ítem. O produtor Mayrton Bahia atua de forma expressiva no mercado musical. Dentre suas produções, figuram artistas como Legião Urbana, João Gilberto e Cássia Eller. Bahia comenta que a função do produtor é sempre multidisciplinar (como já vimos no início deste sub-capítulo). Em sua fala (in: Backstage, 2006), ele sugere um triângulo didático para explicar quais são os atributos desejados para aquele que pretende ingressar na profissão. Este triângulo possui três vértices de igual importância. O produtor deve ter tino para negócios, conhecimentos e aperfeiçoamentos constantes em recursos tecnológicos (sejam eles analógicos ou digitais) e possuir sensibilidade artística. Elaborei graficamente o referido triângulo baseado na leitura da reportagem, haja visto que o mesmo não foi desenvolvido naquela oportunidade.

TRIÂNGULO DE ATRIBUTOS DESEJÁVEIS EM UM PRODUTOR MUSICAL³⁷



³⁶ Revista Backstage. Ano 12, nº 136 – Março/2006. Rio de Janeiro: HSheldon, 2006.

³⁷ Fonte: (PALUDO, 2010).

Segundo Bahia, o único curso superior [*sic*] existente no Brasil de Produção Musical (e mostrarei a seguir que este dado só era válido na época em que a matéria foi publicada, isto é, em 2006) era o oferecido pela Universidade Estácio de Sá, na cidade do Rio de Janeiro ³⁸. Realizando uma pesquisa hoje, constatei que atualmente existem, principalmente na cidade de São Paulo, uma série de cursos oferecidos. Porém, são cursos não-acadêmicos, em nível técnico, de curta duração (o curso da Estácio de Sá citado na matéria é do tipo tecnólogo) e, embora se intitulem “Curso de Produção Musical”, em sua maioria são focados na operação de *softwares* utilizados no processo produtivo e não no desenvolvimento das competências necessárias à carreira de produtor. Em nível acadêmico, a Universidade do Vale dos Sinos (UNISINOS), localizada na cidade de São Leopoldo / RS, lançou em 2006 o curso tecnólogo intitulado “Formação de Produtores e Músicos de Rock” ³⁹. A Universidade Anhembi Morumbi localizada na cidade de São Paulo / SP possui, também, um curso tecnólogo de “Produção Musical” ⁴⁰. Na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), dentro da Faculdade de Comunicação Social (FAMECOS), desde o segundo semestre de 2007, ministrou duas vezes ao ano o “Curso de Extensão em Produção Musical” ⁴¹. O que se pode concluir a partir do que foi apresentado acima é que a oferta de cursos em nível acadêmico (extensão e tecnólogo) está aumentando, o que sugere um incremento de interesse pela carreira de produtor musical. Ainda que já existissem anteriormente no Brasil outros cursos (de bacharelado e licenciatura) voltados à música, em sua maioria eram focados exclusivamente em música erudita e não em produção musical.

Além dos cursos em nível técnico, tecnólogo e de extensão, existem outros caminhos alternativos e/ou complementares àqueles que desejam ingressar neste mercado. A matéria publicada na Backstage (2006) diz que o ingresso na profissão pode partir de caminhos diversos. Há aqueles ligados à área musical (músicos), à área técnica

³⁸ Para maiores detalhes, acesse o *site* do curso em <http://www.estacio.br/_cursos/politecnico/producao_fonografica/default.asp> acesso em 22/01/2010.

³⁹ Para maiores detalhes, acesse o *site* do curso em <<http://www.unisinis.br/rock/index.php>> acesso em 22/01/2010

⁴⁰ Para maiores detalhes, acesse o *site* do curso em <http://portal.anhembi.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?undefined&UserActiveTemplate=_template04%3F&inoid=433&rndval=1264196702230&sid=48> acesso em 22/01/2010

⁴¹ Mais detalhes em <<http://mixtapetothepeople.blogspot.com/2010/01/novos-cursos-na-pucrsfamecos-em-2010.html>> e <<http://www.youtube.com/watch?v=2X4AXIp9Yg4>> acesso em 24/01/2010

(técnicos de estúdio, engenheiros de som) e de áreas alheias à música. O diretor do *selo* Trama, João Marcelo Bôscoli, declara que

Tão subjetivos quanto as músicas são os processos que envolvem o desenvolvimento dela. Às vezes o cara é músico, às vezes ele vem de outra praia. Tem produtor que não é exatamente músico mas entende de pessoas, de processos emocionais, o que às vezes é tão importante ou mais que o processo técnico. (JOÃO MARCELO BÔSCOLI, in: Backstage, p. 54, 2006)

O relato acima reforça o que expus neste sub-capítulo quando afirmei que o produtor deveria possuir, dentre inúmeras competências, um bom relacionamento com os artistas, analogamente fazendo às vezes de um psicólogo.

O produtor Carlos Eduardo Miranda, um dos mais conceituados atualmente, também é citado na matéria. Antes de ser produtor, foi jornalista. Como diferenciais, a matéria aponta a sua capacidade de se relacionar bem com as pessoas e amplo conhecimento sobre tendências musicais. Conforme palavras do próprio Miranda: “Não sou instrumentista, mas eu entendia o som como um todo. É muito ligado ao relacionamento e outra coisa: ouvir muita música.” (CARLOS EDUARDO MIRANDA in: Backstage, p. 54, 2006)



Fig. 8 – Produtor Carlos Eduardo Miranda ⁴²

A revista Backstage (2006) ainda aponta que alguns dos produtores que mais venderam discos no Brasil iniciaram suas carreiras como técnicos de estúdio. A vivência diária dentro do estúdio se mostra uma escola importante. Como cada trabalho é diferente dos demais e exige soluções distintas, quanto mais trabalhos forem

⁴² Fonte: <<http://www.reciferock.com.br/images/2009/04/miranda.jpg>> acesso em 24/01/2010.

realizados, mais experiência se adquire, o que permite que o profissional se capacite gradualmente até o momento de sentir-se seguro e em condições para começar a produzir de fato. Existem produtores que transitam por diversos estilos musicais, embora o mais comum seja aperfeiçoarem-se em um ou num pequeno grupo de estilos. Desse modo, se o produtor X se especializa em *rock* e consegue produzir trabalhos exitosos neste foco, as chances de ser chamado sucessivamente para álbuns de *rock* é grande. Outro ponto apresentado na matéria da Backstage (2006) que reforça o caráter interdisciplinar da profissão refere-se à formação do produtor Mayrton Bahia. É dito que ele iniciou sua carreira como técnico da gravadora EMI (no Brasil), estudou composição na Universidade Federal do Rio de Janeiro e, também, engenharia eletrônica. Esse dado parece confirmar o que o “TRIÂNGULO DE ATRIBUTOS” apresentado anteriormente representa.

Músicos de estúdio também podem tornar-se produtores: “Quando me mudei para o Rio me tornei músico de estúdio e então passei a produzir” afirma o produtor Liminha (in: Backstage, p. 56, 2006), conhecido, principalmente por integrar a banda Mutantes⁴³.

Por fim, existem aqueles que começam produzindo para amigos, cobrando um cachê simbólico ou até nenhum cachê, encarando o trabalho como aprendizado e oportunidade de mostrar as suas potencialidades e incrementar seu “repertório” (*G*), isto é, o conjunto de trabalhos produzidos pelo produtor.

1.11 – CLASSIC ALBUMS

No Brasil, existe uma série lançada pelo selo brasileiro ST2 Records em formato DVD intitulada “*Classic Albums*”. Trata-se de documentários que explicam (a partir de depoimentos testemunhais históricos e imagens de arquivo) como alguns dos álbuns mais importantes da história foram produzidos. Assim, produtores, músicos e demais envolvidos direta e indiretamente fornecem um panorama que auxilia não só na

⁴³ Existe um vídeo no You Tube no qual Liminha demonstra como produziu e arranjou a faixa “Kátia Flávia”, *hit single* nos anos 1980 do cantor/compositor Fausto Fawcett. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=Ucs3Sfb5wkI>> acesso em 24/01/2010 e também nos anexos digitais dessa dissertação.

compreensão das obras em si, mas de todo o processo de produção focado, principalmente na figura do Produtor Musical. Eles são uma boa fonte de consulta para aqueles que desejam compreender como ocorrem os processos produtivos dentro da Indústria Fonográfica (G). Utilizei esse material para auxiliar a elaboração deste sub-capítulo.

Dentre os títulos disponíveis para aquisição no Brasil (e que foram utilizados neste estudo) encontram-se:

QUADRO 7: *Classic Albums*

ARTISTA	ÁLBUM / ANO DE LANÇAMENTO
Bob Marley and The Wailers	<i>Catch A Fire (1973)</i>
Cream	<i>Disraeli Gears (1967)</i>
Deep Purple	<i>Machine Head (1972)</i>
Frank Zappa	<i>Aphostrophe Over (1974)</i>
John Lennon	<i>Plastic Ono Band (1970)</i>
Motorhead	<i>Ace of Spades (1980)</i>
Nirvana	<i>Nevermind (1991)</i>
Pink Floyd	<i>The Dark Site of The Moon (1973)</i>
Sex Pistols	<i>Never Mind The Bollocks (1977)</i>
Simply Red	<i>Stars (1991)</i>
The Who	<i>Who's Next (1971)</i>
U2	<i>The Joshua Tree (1987)</i>

* Todos os DVDs ST2 Records, São Paulo: 2008.

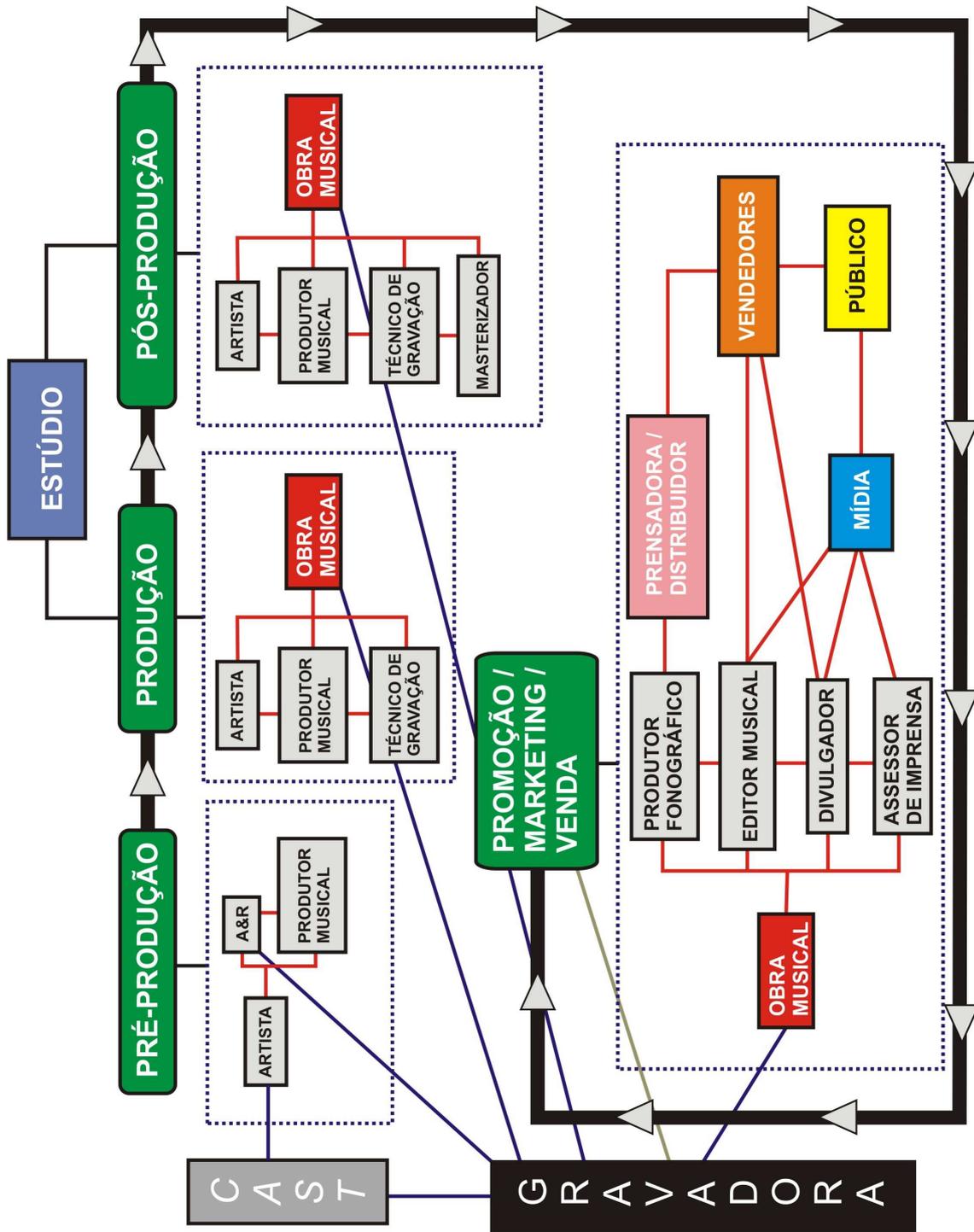
Maiores informações em

<<http://www.submarino.com.br/busca?q=classic+albums&dep=6&x=15&y=8>>
 acesso em 10/11/2009

1.12 – FLUXOGRAMA DA PRODUÇÃO MUSICAL

Procurando explicar de forma ainda mais clara todo o processo de produção musical, elaborei o fluxograma ⁴⁴ que segue na próxima página. Ele resume de forma esquemática os assuntos abordados no sub-capítulo “O Produtor Musical”. A seguir, no sub-capítulo 2, vou explorar a importância histórica da Música Concreta e temáticas afins para o campo da produção musical.

⁴⁴ Fonte: (PALUDO, 2010).



2. MÚSICA ELETROACÚSTICA / MÚSICA CONCRETA – OS DJS PRIMITIVOS DA CIBERMÚSICA

tags: música eletroacústica, música concreta

Dando continuidade ao nosso estudo, farei agora uma viagem no tempo partindo do ano de 2009 e retrocedendo ao início do século XX. Os autores base utilizados aqui serão José Miguel Wisnik (1989), Flo Menezes (2009) e Eloy Fritsch (2008).

2.1 A ARTE DO RUÍDO

Analisar a história em profundidade penetrando em suas camadas mais internas e menos aparentes nos brinda com surpresas inusitadas. Assim, através de pesquisa bibliográfica, foi possível constatar que alguns dos fundamentos dos paradigmas que regem a composição musical atual brotaram da mente de um pintor, e não de um músico, como poderíamos esperar. Em 11 de março de 1913 o pintor italiano Luigi Russolo (nascido em 1885 – falecido em 1947) escreve o manifesto “*L’Arte dei Rumori*” também conhecido como “Manifesto Futurista” ou “A Arte do Ruído”. Trata-se de uma carta de Russolo destinada ao compositor italiano Francesco Balilla Pratella na qual ele propõe que o ruído seja encarado seriamente como elemento construtor da narrativa musical ⁴⁵ (o). Ao finalizar sua carta, Russolo (1913) diz:

Caro Pratella, exponho a teu gênio futurista estas minhas constatações, convidando-te à discussão. Não sou músico; não possuo portanto predileções acústicas nem obras para defender. Sou um pintor futurista que projeta fora de si em uma arte muito amada a sua vontade de renovar tudo. Por isso, menos temerário de quanto poderia sê-lo um musicista profissional, não me preocupando com minha aparente incompetência, e convicto de que a audácia tenha todos os direitos e todas as possibilidades, pude intuir a grande renovação da música mediante a Arte dos Ruídos. 1913. (MEZENES Apud RUSSOLO, 2009, p. 55)

⁴⁵ John Lennon e Yoko Ono lançaram um álbum conceitual em 1969 intitulado “*Life with the Lions- Unfinished Music #2*” no qual utilizam diversos ruídos como elemento construtor. A faixa “*Radio Play*” é um claro exemplo e pode ser ouvida nos anexos digitais da dissertação. (nota do autor).

Conforme veremos adiante nos demais recortes propostos neste estudo, todos os movimentos culturais de vanguarda – centrarei meu olhar sobre a contracultura, o Dadaísmo, a *Pop Art* e o Movimento *Punk* – poderiam encaixar-se perfeitamente no discurso acima, isto é, nessa vontade latente de modificar as estruturas vigentes (*status quo*), muitas vezes castradoras da liberdade criativa, em prol de uma cultura amplificada e dinâmica.

José Miguel Wisnik (1989) aponta a questão do ruído como elemento inicialmente não-musical, o que auxilia a compreender a ruptura estética proposta por Russolo:

O ruído é aquele som que desorganiza outro, sinal que bloqueia o canal, ou desmancha a mensagem, ou desloca o código. A microfonia é ruído, não só porque fere o ouvido, por ser um som penetrante, hiperagudo, agressivo e ‘estourado’ na intensidade, mas porque está interferindo no canal e bloqueando a mensagem. Essa definição de ruído como *desordenação interferente* ganha um caráter mais complexo em se tratando de arte, em que se torna um elemento virtualmente criativo, desorganizador de mensagens/códigos cristalizados e provocador de novas linguagens [...] O som é um traço entre o silêncio e o ruído (nesse limiar acontecem as músicas) [...] O jogo entre som e ruído constitui a música. O som do mundo é ruído, o mundo se apresenta para nós, a todo momento, através de frequências irregulares e caóticas com as quais a música trabalha para extrair-lhes uma ordenação (ordenação que contém também margens de instabilidade, com certos padrões sonoros interferindo sobre outros) [...] As sociedades existem na medida em que possam fazer música, ou seja, travar um acordo mínimo sobre a constituição de uma ordem entre as violências que possam atingi-las do exterior e as violências que as dividem a partir do seu interior. Assim, a música se oferece tradicionalmente como o mais intenso modelo utópico de sociedade harmonizada e/ou, ao mesmo tempo, a mais bem acabada representação ideológica (simulação) de que ela não tem conflitos [...] O som tem a ambivalência de produzir ordem e desordem, vida e morte (o ruído é destruidor, invasivo, terrível, ameaçador e dele se extraem harmonias balsâmicas). (WISNIK, 1989, 33-34 – grifos do autor)

Fazendo um cruzamento entre as idéias de Wisnik (1989) e o manifesto de Russolo (1913), observo que até o surgimento da Música Eletroacústica e da Música Concreta (e embora o manifesto apresentado anteriormente date de 1913, esta estética só ganhará força a partir do final dos anos 1960 com os Beatles, como veremos adiante) o ruído fora negado como elemento construtor das composições musicais por sua aparente desarmonia. Na própria comunicação social, quando desejamos relatar que uma mensagem sofreu distorções é comum chamarmos esta degradação de significados e códigos de “ruído na comunicação”. Porém, o ruído hoje desempenha papel

fundamental na música pop, ampliando a paleta de cores sonoras e trazendo novos códigos e significações de fundamental relevância. Em sua carta, Russolo (1913) relatava que

A vida antiga foi toda silêncio. No século dezenove, com a invenção das máquinas, nasce o ruído. [...] A arte musical buscou e obteve primeiramente a pureza, a limpidez e a doçura do som, em seguida combinou sons diversos, preocupando-se no entanto com acariciar os ouvidos com suaves harmonias. Hoje a arte musical, complicando-se cada vez mais, busca as combinações de sons mais dissonantes, mais estranhos e mais ásperos para os ouvidos. Aproximamo-nos assim sempre mais do som-ruído. (MEZENES Apud RUSSOLO, 2009, p. 51-52)

Em seu discurso, Russolo já evocava um descontentamento com os recursos disponíveis para composição musical (o que ele chama de “*som puro*”). Entenda-se por recursos disponíveis, os instrumentos musicais puros e simples (como violinos, flautas ou tambores). Este descontentamento e busca por novos caminhos fica evidenciado quando ele afirma que

Esta evolução da música é paralela ao multiplicar-se das máquinas, que colaboram em toda parte com o homem. Não somente nas atmosferas fragosas das grandes cidades, mas também nos campos, que até ontem foram normalmente silenciosos, a máquina criou hoje tanta variedade e concorrência de ruídos, que o som puro, em sua exiguidade e monotonia, não causa mais emoção. (MEZENES Apud RUSSOLO, 2009, p. 52 – grifos do autor)

Assim como Wisnik (1989) – que apontou o ruído como algo dissonante e *outsider* –, também o fez Russolo (1913), ao explicar historicamente o porque de o ruído ter sido ignorado como rica paleta sonora:

Para exercitar e exaltar a nossa sensibilidade, a música foi se desenvolvendo em direção à mais complexa polifonia e em direção à maior variedade de timbres e coloridos instrumentais, buscando as mais complicadas sucessões de acordes dissonantes e preparando vagamente a criação do *ruído musical*. Esta evolução em direção ao “som-ruído” não era possível até então. O ouvido de um homem do século XVIII não teria podido suportar a intensidade desarmônica de certos acordes produzidos por nossas orquestras. [...] O nosso ouvido, ao contrário, satisfaz-se, pois que já fora educado pela vida moderna, tão pródiga de ruídos diversificados. O nosso ouvido, entretanto, não se contenta com isso, e requer emoções acústicas mais amplas. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 52 – grifos do autor)

Ao afirmar que a utilização do ruído traria como consequência (o que de fato ocorreu) uma ampliação das emoções provocadas durante a audição em decorrência da expansão do capital sonoro disponível aos compositores e musicistas, Russolo colocava em xeque as limitações impostas pelos instrumentos existentes, como numa fadiga

criativa sem ponto de fuga através de sucessivas recombinações de acordes, melodias, ritmos e instrumentos tradicionais, na qual o ruído representaria uma saída para que os processos criativos pudessem encontrar abrigo, propiciando a geração de novos conceitos estéticos e códigos musicais. Conforme Russolo (1913):

[...] o som musical é muito limitado na variedade qualitativa dos timbres. As mais complexas orquestras se reduzem a quatro ou cinco classes de instrumentos, diferentes no timbre dos sons: instrumentos de cordas, de pinceladas, de sopro de metais, de sopro de madeiras, de percussão. De modo que a música moderna se debate neste pequeno círculo, esforçando-se em vão por criar novas variedades de timbres. *É preciso que se rompa com este círculo restrito de sons puros e que se conquiste a variedade infinita dos 'sons-ruídos'*. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 52 – grifos do autor)



Fig. 9 – Luigi Russolo (1916) ⁴⁶

Como veremos mais além (no Capítulo II que tratará das reconfigurações), a música eletrônica dos anos 2000 – o que vou chamar de *cibermúsica* (**G**) e explicar mais detalhadamente adiante – está fortemente baseada no paradigma proposto por Russolo (1913) em seu manifesto, isto há quase um século atrás. Não só isso. Um traço que é constante hoje é um certo descontentamento com a renovação da música atual. Tudo parece soar como releituras (**G**) do passado, fantasmas que nos rondam e com os quais tentamos lutar para propor nova ruptura e seguirmos adiante, muitas vezes sem sucesso, parecendo que chegamos ao limite de nossas potencialidades criativas e instrumentais.

⁴⁶ Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Luigi_Russolo_ca._1916.gif> acesso em 30/08/2009.

Este tipo de cansaço intelectual, artístico e estético já era levantado por Russolo (1913) em relação aos mestres da Música Clássica, questionamento que define a base do Movimento Futurista:

Nós futuristas amamos e degustamos, todos, profundamente as harmonias dos grandes mestres. Beethoven e Wagner nos sacudiram os nervos e o coração por muitos anos. Por ora estamos fartos disto e *temos muito mais prazer em combinar idealmente os ruídos de trem*⁴⁷, *de motores de explosão, de vagões e de multidões, do que em re-ouvir, por exemplo, a ‘Heróica’ ou a ‘Pastoral’*. (MENZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 52 – grifos do autor)

Se Winsik (1989) apresenta o ruído como ácido e feroz (“aquele que fere”), Russolo (1913) segue por outro caminho ao realçar que existe beleza neste emaranhado aparentemente caótico e incômodo: “Não se pode objetar que o ruído seja somente forte e desagradável ao ouvido. Parece-me inútil enumerar todos os ruídos tênues e delicados, que dão sensações acústicas prazerosas.” (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 53). Em 1913 ainda não existiam as facilidades de manipulação digital que para nós são banais hoje em dia. Estas interfaces (**G**) amplificaram consideravelmente a diversidade de rotas e possibilidades. Porém, Russolo (1913) nos mostra o quão variada é a paleta natural existente quando é apenas recortada de forma simples sem manipulações de “ordem pirotécnica”:

Para que nos convençamos pois da variedade surpreendente dos ruídos, basta pensarmos no estouro do trovão, nos sibilos de vento, nas quedas de uma cachoeira, no gorgolhar de um riacho, nas roçaduras das folhas, no trote de um cavalo que se distancia, nos tremores de um carro sobre a calçada, e na respiração ampla, solene e branca de uma cidade noturna, em todos os ruídos que fazem as feras e os animais domésticos e em todos aqueles que pode fazer a boca do homem sem falar ou cantar. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 53)

Tomando a última fala citada acima, nota-se que Russolo antecipava o que hoje conhecemos como “*beatbox*”, técnica utilizada principalmente na cultura hip-hop, aonde os MC’s (mestres de cerimônia) utilizam a voz como instrumento, simulando batidas de bateria eletrônica, efeitos de manipulação de vinil (conhecidos como “*scratch*”) e mais uma extensa diversidade sonora. Russolo (1913) ainda aponta como

⁴⁷ Russolo refere-se aos trens. Um exemplo da utilização do ruído dos trens como elemento musical pode ser ouvido nos anexos digitais desta dissertação. Trata-se da composição “*Etude Aux Chemins de Fer*” gravada em 1948 e de autoria de Pierre Schaeffer. (nota do autor)

um olhar mais atento sobre a realidade pode tornar perceptível a riqueza de sonoridades existentes nas coisas mais banais existentes no cotidiano da maioria das pessoas, que normalmente não as percebem em meio à profusão de sons dentro de uma grande cidade:

Atravessemos uma grande capital moderna, com os ouvidos mais atentos que os olhos, e degustaremos então o distinguir dos redemoinhos de água, de ar ou de gás nos tubos metálicos, o murmúrio dos motores que resfolgam e pulsam com uma indiscutível animalidade, o palpitar das válvulas, o vai e vem dos êmbolos, os rangidos das serras mecânicas, o andar dos trens por sobre os trilhos, o estalar dos chicotes, o gorjear das cortinas e das banheiras. Divertiremos-nos a orquestrar ideal e conjuntamente o estampido dos portões das lojas, as portas batidas, o sussurro e o ruído de passos das multidões, os diversos alargidos das estações, das ferrarias, das fiações, das tipografias, das centrais elétricas e das ferrovias subterrâneas. E nem é preciso que nos esqueçamos dos ruídos novíssimos da guerra moderna. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 53)

A proposta de Russolo (1913) – num primeiro momento aparentemente incoerente, mas vista com um olhar contemporâneo, visionário e pertinente – consistia em encarar o ruído como uma “fera” até então selvagem e indomada, de inicial agressividade, mas que se capturada, adestrada e domesticada adequadamente, seria capaz de produzir resultados estimulantes e rejuvenescedores:

Nós queremos entoar e regular harmônica e ritmicamente estes variadíssimos ruídos. Entoar os ruídos não quer dizer cortar destes todos os movimentos e as vibrações irregulares de tempo e de intensidade, mas sim dar um tom ou grau à mais forte e predominante dentre tais vibrações. O ruído como efeito diferencia-se do som na medida em que as vibrações que o produzem são confusas e irregulares, seja no tempo, seja na intensidade. Todo ruído possui um tom, às vezes também um acorde que predomina no conjunto de suas vibrações irregulares. Ora, deste característico tom predominante deriva a possibilidade prática de entoá-lo, ou seja de dar a um determinado ruído não só um tom mas uma certa variedade de tons, sem perder a sua característica, quero dizer o timbre que o distingue. Assim, alguns ruídos obtidos com um movimento rotativo podem oferecer uma inteira escala cromática ascendente ou descendente, se se aumenta ou diminui a velocidade do movimento. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 53 – grifos do autor)

Trata-se, pois, de um ressignificação do ruído, servindo-se dele para construir novos códigos musicais que, conforme o autor aponta, são passíveis de serem adaptados ao sistema musical tonal utilizado até hoje na música ocidental, inclusive pelo fato de os ruídos serem “amigos próximos” que precisam apenas que lhes seja estendida a mão criativa para que se manifestem como instrumentos musicais tão dignos quanto os tradicionais já estabelecidos e reconhecidos pela sociedade.

Conforme Russolo (1913):

Toda manifestação da nossa vida é acompanhada de ruído. O ruído é, portanto, familiar ao nosso ouvido, e tem o poder de nos remeter imediatamente à vida mesma. Enquanto que o som, estranho à vida, sempre musical, coisa em si, elemento ocasional não necessário, tornou-se já para o nosso ouvido aquilo que aos nossos olhos apresenta-se como um rosto muito conhecido, o ruído, ao contrário, derivando-se confusa e irregularmente da confusão irregular da vida, jamais se revela inteiramente a nós, reservando-nos inúmeras surpresas. Estamos convictos, pois, que escolhendo, coordenando e dominando todos os ruídos, enriqueceremos os homens de uma nova voluptuosidade insuspeitável. Ainda que a característica do ruído seja a de nos remeter brutalmente à vida, *a arte dos ruídos não deve se limitar a uma reprodução imitativa*. Ela atingirá a sua maior faculdade de emoção no degustamento acústico em si mesmo, que a inspiração do artista saberá extrair dos ruídos combinados. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 53-54 – grifos do autor)

Como última citação do “Manifesto Futurista” ou “A Arte do Ruído” é interessante observarmos uma classificação proposta por Russolo (1913) para enquadrar toda a gama de ruídos existentes segundo seis grandes categorias. São elas:

1. Estrondos, trovões, explosões, rajadas de sons, quedas, ribombos;
2. Silvos, sibilos, sopros;
3. Cochichos, murmúrios, sussurros, cicios, borbotões;
4. Rangidos, estalidos, roçaduras, zumbidos, crepitações, fricções;
5. Ruídos obtidos com percussão sobre metais, madeiras, peles, pedras, terracotas;
6. Vozes de animais e de homens, gritos, berros, gemidos, bramidos, risadas, estertores, soluços.

Russolo (1913) foi visionário, antevendo que não só as máquinas produtoras de ruído cresceriam em progressão geométrica no futuro, como a existência de máquinas que permitiriam que os sons produzidos pelas máquinas fossem manipulados ao bel prazer dos criadores artístico-musicais:

A variedade dos ruídos é infinita. Se hoje, enquanto possuímos talvez mil máquinas diversas, podemos distinguir mil ruídos diversos, amanhã, com o multiplicador de novas máquinas, poderemos distinguir dez, vinte ou *trinta mil ruídos diversos, que não serão ao simplesmente imitados, mas combinados segundo nossa fantasia*. (MENEZES Apud RUSSOLO, 2009, p. 54 – grifos do autor)

2.2 MÚSICA ELETRÔNICA, ELETROACÚSTICA OU CONCRETA?

Este ponto de partida exposto anteriormente foi crucial para o que hoje entendemos como Música Eletrônica, aquela que se utiliza de manipulação digital e síntese sonora, encontrando no computador pessoal, nos *samplers* (**G**) e nos sintetizadores (**G**), seus artefatos potenciais de criação e renovação. No entanto existe uma confusão nesse terreno. Música Eletrônica é, também, a denominação muitas vezes utilizada para se referir à Música Eletroacústica ou Música Concreta. Na verdade, as duas últimas influenciaram a primeira, mas as três nomenclaturas são distintas entre si. Fazendo uma separação “elitista-burguesa”, podemos encarar a primeira como a música popular e as demais como vertentes eruditas. O lado pop eletrônico atual – de um modo geral – não quer contestar nada em termos estéticos. Trata-se mais de uma celebração da vida pela música. Apenas serve-se da liberdade criativa herdada tanto da Música Eletroacústica quanto da Música Concreta. No entanto, tudo isso existe porque o “Manifesto Futurista” de Russolo (1913) foi levado a sério e vingou no mundo contemporâneo. Conforme Menezes (2009), a Música Concreta teve um caráter de ruptura emancipatória uma vez que pretendia constituir uma música essencialmente não-referencial baseada na recusa absoluta de toda e qualquer linguagem. A base que me interessa aqui é compreender que foi nesse contexto histórico que o ruído começou a figurar nas criações musicais. Esta é a herança que formatou todo o paradigma da construção atual baseada principalmente em ressignificação, recorte e colagem de materiais de origem sonora diversa, além dos tradicionais instrumentos musicais já consolidados. Como ressalta Menezes, “A emancipação definitiva das estruturas inarmônicas configurar-se-ia, pois, somente com o advento da música concreta, advento cuja definição mesmo de *instrumento* traria à luz os eventos sonoros considerados até então como não-musicais.” (MENEZES, 2009, p. 24). Isto é, o ruído, manipulado, domesticado e reconfigurado deixa a condição de simples ruído ou som áspero para assumir as vezes de instrumento musical.

Embora tenha apresentado aqui recortes do pensamento de Wisnik (1989) apontando o ruído como elemento inicialmente dissonante, o autor revisita o ruído apontando-o para o mesmo caminho proposto por Menezes (2009) e Russolo (1913), conforme os recortes expostos a seguir e que, inclusive, auxiliam na compreensão referente à “luta” pela paternidade da utilização do ruído na música e as diferenças existentes entre a Música Eletrônica e a Música Concreta.

Começando pela questão da utilização do ruído, Wisnik afirma que:

A partir do início do século XX opera-se uma grande reviravolta nesse campo sonoro filtrado de ruídos, porque barulhos de todo tipo passam a ser concebidos como integrantes efetivos da linguagem musical. A primeira coisa a dizer sobre isso é que os ruídos detonam uma liberação generalizada de materiais sonoros. (WISNIK, 1989, p. 43)

Seguindo nessa linha de raciocínio, o autor complementa com o que segue:

Além de ser o elemento que renova a linguagem musical (e a põe em xeque), o ruído torna-se um índice do hábitat moderno, com o qual nos habituamos. A vida urbano-industrial, da qual as metrópoles são centros irradiadores, é marcada pela estridência e pelo choque. As máquinas-de-fazer-barulho quando não são diretamente máquinas-de-fazer-barulho (repetidoras e amplificadoras de som). O alastramento do mundo mecânico e artificial cria passagens sonoras das quais o ruído se torna elemento integrante incontornável, impregnando as texturas musicais. (WISNIK, 1989, p. 47)

Por fim, Wisnik apresenta a diferenciação conceitual entre a Música Concreta e a Eletrônica:

O desenvolvimento técnico do pós-guerra fez com que se desenvolvessem dois tipos de música que tomam como ponto de partida não a extração do som afinado, discriminado ritualmente do mundo dos ruídos, mas a produção de ruídos com base em máquinas sonoras. É o caso da *música concreta* e da *música eletrônica*, que disputam polemicamente a primazia do processo de ruidificação estética do mundo. A primeira tinha a sua estratégia na gravação de ruídos reais (tomados como material bruto), alternados e mixados, isto é, compostos por montagens. A segunda toma como base ruídos produzidos por sintetizadores, ruídos inteiramente artificiais [...] Os sintetizadores se refinaram e se massificaram. Suas derivações mais recentes, os samplers, são aparelhos que podem converter qualquer som gravado em matriz de múltiplas transformações operáveis pelo teclado (seja a voz de qualquer pessoa, o pio de um pássaro, uma tampa de panela...). O sampler registra, analisa, transforma e reproduz ondas sonoras de todo tipo, e superou de vez a já velha polêmica inicial entre a música concreta e a eletrônica (pois num estado tal de produção de simulacros dilui-se a oposição entre o gravado e o sintetizado, o som real e o inventado). O objeto sonoro é o ruído que se reproduz em toda parte, além de passar por um processo sem precedentes de rastreamento e manipulação

laboratorial das suas mais ínfimas texturas (gravado, decomposto, distorcido, filtrado, invertido, construído, mixado). (WISNIK, 1989, p. 47-48)

Menezes (2009) demonstra em seus estudos que meio século depois do lançamento do “Manifesto Futurista” de Russolo (1913), isto é, nos anos 1960, com o advento das gravações em fita magnética, o ruído ganhou espaço e começou a brilhar. Surge uma outra corrente importantíssima para os dias atuais, chamada “Música Acusmática”. Conforme aponta Menezes:

[...] toda causa material poderá tornar-se instrumento – inclusos aí os próprios alto-falantes, dos quais os eventos sonoros surgem em pleno concerto de música concreta (ou eletrônica) –, e a pretendida emancipação do material face à fonte sonora terá efetivo lugar. E sob esse ângulo que o conceito de *acusmática* emerge com toda sua força. [...] Diz-se *acusmático* um ruído que podemos ouvir sem que vejamos as causas das quais ele provém. A denominação, proveniente da filosofia grega antiga, destinava-se aos discípulos de Pitágoras, que, durante cinco anos, ouviam as lições de seu mestre escondidos por detrás de uma cortina, sem vê-lo diretamente, e observando o mais rigoroso silêncio. Em outras palavras, as mesmas circunstâncias de um concerto eletroacústico com execução de obras para fita magnética pura, sem o acompanhamento de instrumentos e, portanto, sem a presença do intérprete humano. (MENEZES, 2009, p. 27 – grifos do autor)

Se observarmos atentamente, o conceito descrito acima se encaixa perfeitamente na atuação de um DJ (disk-joquei) (*G*) em uma festa atual. Não vemos a fonte sonora (ou seja, a banda); muitas vezes, os próprios alto-falantes encontram-se camuflados. Portanto, fica evidente o elo existente entre a Música Acusmática e a performance atual de um DJ. Quando o DJ faz *scratches* (movimentos realizados para produzir-se ruído gerado pelo atrito entre a agulha e o disco de vinil), está utilizando o ruído como elemento construtor da narrativa musical. Portanto, a primeira conclusão que floresce é a de que a chamada “*cultura eletrônica*” (ou ainda, o culto ao DJ) teve seu embrião no início do século XX, evoluindo na década de 1950 e consagrando-se nos anos 2000.

Menezes questiona o ruído como linguagem:

[...] é a recusa da linguagem que irá caracterizar acima de tudo a música concreta. [...] A lógica do percurso concreto é-nos absolutamente clara: se linguagem implica seleção; se seleção implica código, e código, significação, é somente por meio de uma recusa total do dado linguístico que se poderá banir inelutavelmente a significação do contexto musical. (MENEZES, 2009, p. 29)

Como veremos adiante no sub-capítulo no qual será analisado o álbum dos Beatles, o quarteto britânico foi responsável (dentre outras coisas) por trazer o ruído como elemento construtor para o seio da música pop. A afirmação de Menezes (2009) é questionável, pois um código, uma vez que elaborado, ensinado, assimilado e legitimado passa a ter significação. Embora compreenda que este desapego de sentidos encontrava-se ancorado em uma ruptura estética e conceitual, aos olhos de hoje (e o distanciamento muitas vezes clareia a visão) este argumento se mostra sob certa ótica mais romântico do que realista. A flutuação dessa significação não invalida o código enquanto tal, pelo menos não nos dias atuais. A literatura musical teórica aponta, por exemplo, que uma canção em tonalidade menor tende a parecer melancólica, enquanto que uma em tonalidade maior nos remete a sentimentos alegres. Não que os papéis não possam se inverter ⁴⁸, mas a lógica base é sempre essa. Da mesma forma, acordes dissonantes (como os diminutos, por exemplo) tendem a causar uma sensação de estranhamento e até desconforto. Mas por que isso ocorre? Pela mesma razão que julgamos um “filhotinho” de gato ou cachorro charmosos e uma barata repugnante: códigos legitimados historicamente. Se a música concreta – como aponta Menezes – acredita que o ruído não pode ser concebido como elemento linguístico-musical, pois ele é a negação do código (neste caso, de todo o sistema tonal vigente na música ocidental), no pop e na música contemporânea essa questão não parece fazer mais sentido. Parece mais apropriado encarar o ruído como uma linguagem aberta, versátil e polissignificante. O compositor pode fornecer pistas de como tratou o ruído e qual ou quais significados decidiu atribuir-lhe no momento da composição. Mas, mesmo nessa “audição guiada”, como em qualquer obra artística (e isso não é exclusividade da música, estendendo-se às artes plásticas, cênicas, cinematográficas, literatura, etc) a obra só vai se completar e adquirir este ou aquele sentido na mente do público, isto é, do receptor.

⁴⁸ Embora o ser humano apresente globalmente comportamentos padrões, no campo artístico os sentimentos despertados quando nos deparamos com uma obra de arte podem sofrer bruscas variações; não é raro ouvirmos relatos de um ouvinte que esteve exposto a uma canção triste e esta tristeza despertou-lhe conforto e/ou alegria ou vice-versa. (nota do autor)

2.3 O RUÍDO COMO ELEMENTO CONSTRUTOR

É possível integrar o ruído a uma composição musical? Para demonstrar essa técnica, partirei de um exemplo prático. Trata-se da áudio-instalação composta por mim em 2007 e apresentada na Bienal B (em Porto Alegre / RS) intitulada “Sexo, Máquinas e Rock’n’Roll”⁴⁹. Para facilitar a argumentação, reproduzirei a seguir o *release* e conceito criativo que envolveram esta obra:

⁴⁹ Disponível para audição nos anexos digitais desta dissertação.



Arte gráfica desenvolvida pelo autor da obra (acervo pessoal – reprodução).

"SEXO, MÁQUINAS E ROCK'N'ROLL" – INSTALAÇÃO SONORA – TRABALHA COM A UNIÃO DE 3 CONCEITOS BASE: O SEXO MECÂNICO E FRIO COMO FORMA DE DEGRADAÇÃO DAS RELAÇÕES HUMANAS, AS MÁQUINAS - QUE AO MESMO TEMPO EM QUE EXERCEM FASCÍNIO SOBRE O HOMEM O TORNA ESCRAVO, UMA VEZ QUE ELE NÃO CONSEGUE MAIS VIVER SEM A SUA PRESENÇA – E O ROCK, ESTILO QUE TEVE SEU APOGEU NO FINAL DA DÉCADA DE 60 E REPRESENTA A ENERGIA VISCERAL PRESENTE NA HUMANIDADE. ESSA UNIÃO CONCEITUAL FORMA A INSTALAÇÃO SONORA PROPOSTA PELO ARTISTA. COM DURAÇÃO DE 09 MINUTOS (TOCADOS DE FORMA REPETIDA – *CONTINUOUS LOOP*), AS REPRESENTAÇÕES SÃO CONSTRUÍDAS ATRAVÉS DOS SEGUINTE CÓDIGOS/ÍCÔNES MUSICAIS:

OS ELEMENTOS

O SEXO – recortes sonoros de onomatopéias, gemidos e sussurros extraídos de filmes pornográficos (aqui o sexo é apresentado de forma mecânica, o sexo feito de modo repetitivo, mecânico, sem envolvimento amoroso);

AS MÁQUINAS – recortes sonoros de ruídos produzidos por diversos tipos de máquinas (mecânicas e elétricas) representando uma crítica à massificação e empobrecimento da cultura regional em prol de uma cultura dita globalizada (que teve início na era da produção industrial);

ROCK'N'ROLL – consiste em gravações feitas sobre os demais elementos (SEXO + MÁQUINAS) utilizando apenas a guitarra elétrica (executada por Paludo) como forma de expressão artística, isto é, uma mimeses da energia visceral que corre pelas veias dos artistas que dedilham a "harpa farpada" e derramam sobre o universo a sua ira distorcida num caos organizado.

Tanto no caso dos signos representativos sobre o **SEXO** quanto no que se refere às **MÁQUINAS**, o artista tratou (em computador) estes recortes sonoros (amostras), carregando-os posteriormente em um *sampler* (equipamento crucial na música contemporânea e ícone da colagem, construção vs desconstrução e releitura), fazendo com que os ruídos gerassem padrões rítmicos. Os elementos de caráter sexual são igualmente disparados pela *sampler*, simbolizando os vocalizes desta sinfonia polifônica de sons aparentemente caóticos – que têm por objetivo uma re-organização com a finalidade de produzir-se música contemporânea experimental.

O CONCEITO

SEXO + MÁQUINAS + ROCK'N'ROLL

A obra de Paludo possui uma costura conceitual forte e robusta. Esta instalação sonora foi desenvolvida tendo como base conceitos apresentados nos livros *CIBERCULTURA* (André Lemos), *O SOM E O SENTIDO* (JOSÉ MIGUEL WISNIK) e *VISÕES PERIGOSAS* (Adriana Amaral). A utilização do *sampler* tem ligação direta com a produção de cultura de massa (repetição de matrizes). Os recortes e colagens constituem a matéria-prima base da composição musical contemporânea. O elemento MÁQUINA (relativo tanto à máquina em si como ao homem-máquina vs sexo mecânico) se propõe a gerar questionamentos sobre os caminhos adotados pela humanidade na era pós-moderna (o humano cedendo lugar ao não-humano).

O ruído urbano presente nas grandes cidades – que muitas vezes passa despercebido em suas especificidades – é aqui colocado em primeiro plano como elemento gerador de matrizes rítmicas, extraindo sentido e beleza de frequências percebidas apenas como sujeira/ruído na comunicação em uma leitura inicial menos aprofundada. O ROCK – que sempre teve ligação direta com o SEXO (inclusive alguns artistas como Jimi Hendrix faziam “amor” com o instrumento durante suas exposições) – faz o contraponto entre o orgânico e o sintético.

LEITURAS E CONCLUSÕES

Esta instalação é uma obra aberta. Cada espectador lerá os códigos de acordo com seu repertório particular. Alguns irão encarar como uma crítica social, outros como uma remixagem antropológica. Em resumo, os 3 elementos base deste trabalho, seja de forma direta ou indireta, fazem parte do cotidiano da maioria das pessoas, pois diariamente somos expostos ao SEXO, às MÁQUINAS e ao ROCK'N'ROLL. Você está pronto para interagir? Então carregue seu *sampler* com os questionamentos propostos e produza a sua própria leitura.

Como pode ser observado através da leitura do *release* (G) apresentado e da audição da peça (o), a obra segue os princípios “futuristas” de valorização do ruído como instrumento. Embora, como exposto antes, a interpretação do código seja guiada pelas pistas fornecidas pelo autor ao explicar a obra, um ouvinte posto em contato com este material sonoro que não tivesse sofrido influência dessa explanação teria condições de realizar sua leitura particular, partindo das significações que seu imaginário encontraria ao ouvir a combinação dos signos musicais utilizados (no caso, as máquinas, os gemidos e os sons de guitarra elétrica). Se na Música Concreta o ruído teve papel contestador e de negação do código vigente, neste exemplo apresentado de 2007 a idéia foi ampliar a paleta criativa através da utilização do ruído manipulado, filtrado e projetado através da tecnologia digital. Outro exemplo é o *fonograma* “Iemanjá” (2006) produzido também por mim para o duo Os Caminhantes do Céu (o). Além dos vocais humanos, toda a percussão existente no *fonograma* foi criada utilizando como instrumento-base utensílios domésticos como panelas, garfos, facas e

copos. Os elementos musicais, assim como no caso da áudio-instalação exemplo, foram manipulados através de interfaces digitais ⁵⁰ (gravador digital e computador pessoal).

Outro exemplo ilustrativo de utilização do ruído – dessa vez partindo da própria voz humana como matéria prima – pode ser ouvido nos anexos digitais (o): trata-se da obra “*Thema (Omaggio a Joyce)*” produzido em 1958 pelo compositor Luciano Berio e que, segundo descreve Menezes (2009), foi realizada partindo-se unicamente da gravação da voz de Cathy Berberian recitando o início do capítulo XI de “Ulysses” de James Joyce. A voz sofre tamanha manipulação que acaba tornando-se ininteligível em vários trechos, passando da categoria “pura” de voz humana para a de ruído. As décadas de 1950 e 1960 foram prolíferas para este tipo de experimentação.

Segundo Menezes:

[...] a convergência entre instrumento e fita magnética tinha já sido preconizada por Maderna ⁵¹ em 1952 com *Musica su Due Dimensioni* para flauta, pratos e fita magnética, obra realizada sob a supervisão técnica de Meyer-Eppler no *Institut für Kommunikationsforschung und Informationstheorie* da Universidade de Bonn. (MANEZES, 2009, p. 40 – grifos do autor)

Se inicialmente os concretistas propuseram peças eruditas como a descrita, isto é, para flauta, pratos e fita magnética, os DJs atuais reconfiguram o conceito que volta na forma de duas modalidades. A primeira delas chama-se “*Live PA*” (G): traduzindo livremente, seria algo como “amplificador de potência vivo”. Nesta modalidade, um DJ executa o som mecânico (pode ser através de um aparelho de CD player, prato de vinil ou tocadores digitais como o iPod da Apple) e é acompanhado por um ou mais músicos que tocam junto sob a base pré-gravada, ao vivo. Atualmente desenvolvo um projeto como esse chamado “*Lounge TP*” ⁵², no qual toco guitarra elétrica acompanhado por um DJ. A outra modalidade é a chamada “*Live Act*”. Nessa, o DJ toca sozinho, sem a utilização de instrumentos tocados ao vivo. No caso do *Live Act* (G), embora saiba que o som está sendo gerado pelo CD, arquivo digital ou vinil que o DJ coloca para tocar, noto laços existentes com a Música Acusmática, pois a fonte sonora real (seja uma

⁵⁰ Falarei mais sobre as interfaces no Capítulo 2. Por hora, podemos entendê-las como mediações que permitem desenvolver processos criativos utilizando-se o computador pessoal como ferramenta.

⁵¹ Refere-se ao compositor italiano Bruno Maderna (nascido em 1920 – falecido em 1973). (o)

⁵² Mais informações em <<http://www.myspace.com/loungetc>> acesso em 25/08/2009

banda inteira ou o som produzido por sintetizadores) fica inacessível aos olhares do público.

2.4 A MÚSICA ELETRÔNICA E SUA ORÍGEM

O musicista gaúcho e professor Dr. Eloy Fritsch atualmente dirige o departamento de música eletrônica da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Em 2008 ele lançou o livro “Música Eletrônica: uma introdução ilustrada”. Eloy revisita a história da música eletrônica e diversos conceitos funcionais. Vou agora trazer alguns recortes dessa obra que complementam o que foi exposto até aqui. Segundo o autor:

Por volta de 1875, duas invenções provocaram uma profunda mudança na relação do homem com o som. O gramofone, inventado por Thomas Edison, possibilitou que o som fosse gravado e utilizado na ausência do cantor, instrumentista ou orquestra que o produziu. Logo, o material sonoro gravado passou a ser um objeto passível de modificações. Por exemplo, é possível acelerar sua execução, reduzir e reproduzi-lo em reverso. O telefone, inventado por Alexander Graham Bell, transformou o som em vibrações elétricas que puderam ser transportadas por fios e convertidas novamente em som. (FRITSCH, 2008, p. 25)

O foco da minha dissertação não é eminentemente técnico. No entanto, como Fritsch aponta, faz-se necessário algumas colocações, pois “[...] essas e outras invenções possibilitaram que novas tecnologias, provindas da eletrônica, fossem utilizadas na invenção de instrumentos musicais.” (FRITSCH, 2008, p. 25). Portanto, seguirei citando a pesquisa realizada por Fritsch para a compreensão do desenvolvimento tecnológico no campo musical digital:

O telharmonium, construído por Thaddeus Cahill em 1906, foi um dos primeiros instrumentos elétricos. Esse pré-sintetizador era um instrumento de grandes proporções, medindo 18 metros de largura e pesando 200 toneladas. Também chamado de dynamophone, o instrumento produzia diferentes frequências de áudio que eram controladas por um teclado com sensibilidade ao toque. O sinal produzido pelos geradores era convertido em som e amplificado acusticamente por cornetas, pois naquela época não existiam amplificadores. Os sinais elétricos eram transportados por linhas telefônicas para outros locais que podiam ouvir, à distância, a execução musical. (FRITSCH, 2008, p. 25)

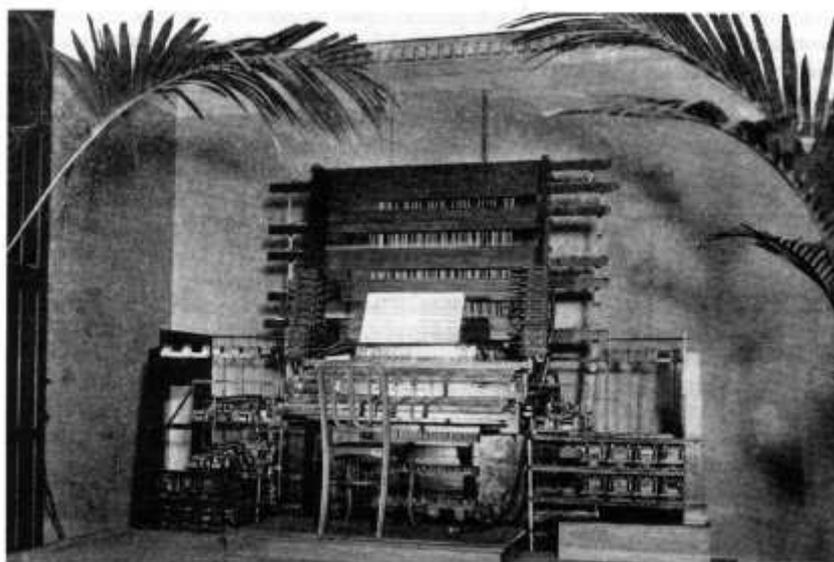


Fig. 10 – Telharmonium – pioneiro dos teclados modernos (1906) ⁵³

Ainda no campo das invenções e descobertas, Eloy mostra que: “Em 1907 Lee De Forest inventou a válvula que possibilitou o desenvolvimento de novos equipamentos elétricos, como o rádio e instrumentos eletrônicos que utilizam osciladores e amplificadores.” (FRITSCH, 2008, p. 26) Outro invento que não poderia ser esquecido nesse resgate histórico é o Theremin. Desenvolvido pelo físico e músico russo Lev Sergeivich Termen ⁵⁴ (nascido em 1896 – falecido 1993) em 1920, o Theremin foi patenteado em 1927 e produzido por vários anos nos Estados Unidos pela RCA Victor. (FRITSCH, 2008). O som sofria variações de amplitude e altura conforme as mãos do instrumentista se moviam em torno de duas antenas ligadas ao equipamento (o).

⁵³ Fonte: <<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/56/Telharmonium1897.jpg>> acesso em 31/08/2009.

⁵⁴ Conhecido também como Léon Theremin.

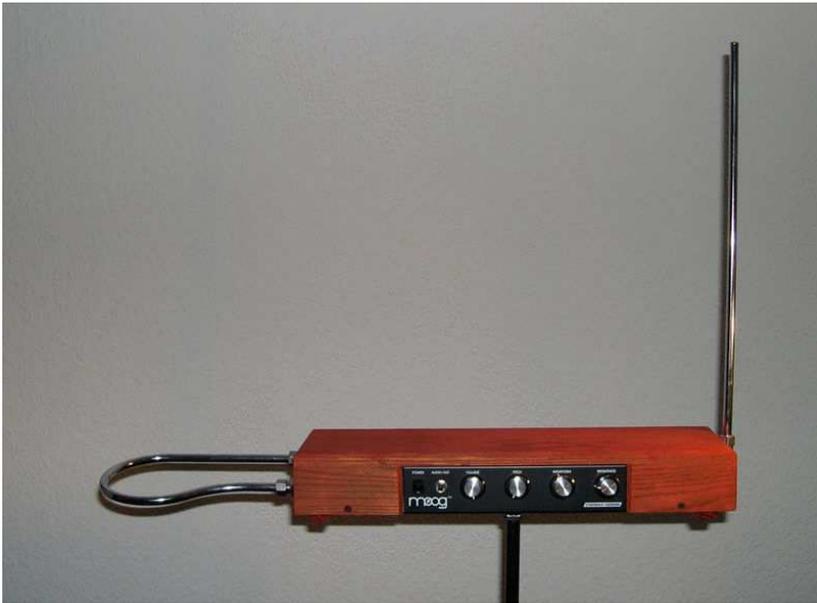


Fig. 11 – Theremin produzido por Robert Moog (década de 1950) ⁵⁵



Fig. 12 – Léon Theremin e seu invento (1924) ⁵⁶

⁵⁵ Fonte: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Etherwave_Theremin_Kit.jpg> acesso em 31/08/2009.

⁵⁶ Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Leon_Theremin.jpg> acesso em 31/08/2009

Avançando um pouco no tempo, segundo Fritsch relata,

[...] após a Segunda Guerra Mundial, o cientista Hugh Le Caine iniciou a construção do sintetizador Eletronic Sackbut. O Sackbut era dotado de um teclado em que as teclas podiam variar a altura pela pressão lateral exercida sobre elas. O controle do volume de uma nota era feito pela pressão vertical do dedo sobre a tecla. Mudanças no ataque, graduais crescendos e decrescendos, podiam ser produzidas dessa maneira. O protótipo foi finalizado em 1948. (FRITSCH, 2008, p. 30)

É interessante observar que ainda na primeira metade do século XX, embora a produção não ocorresse em larga escala, como comprova o relato acima, os primitivos sintetizadores (base da música moderna) já davam seus primeiros passos. Conforme Fritsch, vinte e seis anos após Russolo escrever “A Arte do Ruído”, isto é, em 1939,

[...] John Cage, através da obra *Imaginary Landscape No. 1*, criou a primeira composição que utilizou, ao invés da partitura, uma gravação sonora. Esses conceitos tornaram-se práticos após 1948 com a criação do Groupe de Recherches Musicales (GRM) na França. Pierre Schaeffer, sem a utilização de partitura, gravou sons, transformou e organizou-os para realizar uma obra musical. A isso chamou de *musique concrète*, em oposição à música abstrata, escrita em partitura. Pierre Schaeffer, Pierre Henry, Luc Ferrari e François Bayle compuseram ‘de ouvido’, experimentando e realizando audições críticas dos sons. A ‘música concreta’ possibilitava a utilização de uma grande variedade de sons. Sons de qualquer natureza podiam ser gravados para servir de material musical ao compositor. Alguns dos processos composicionais rudimentares realizados na música concreta foram: cortar e colar a fita, *looping*, *delay*, *tape* eco e reversão do áudio gravado. Apesar da riqueza das obras, foi difícil evitar a estética da colagem. (FRITSCH, 2008, p. 30-31 – grifos do autor)

O recorte acima é de importância máxima para esta dissertação⁵⁷. Já em 1939 a estética da colagem musical aparece na história da evolução das tecnologias de composição eletrônicas. A colagem é a base construtora da música contemporânea em diversos aspectos que serão mencionados ao longo dessa pesquisa. Cabe lembrar que até a popularização da gravação magnética (na década de 1950), a maneira mais eficaz de preservação das obras era a escrita musical (partituras). O gravador torna-se um artefato de emancipação criativa e potente auxiliar da preservação da memória musical.

⁵⁷ A peça de Cage referido acima encontra-se disponível para audição nos anexos digitais dessa dissertação.

Como confirma Fritsch:

A música eletrônica propiciou uma emancipação do compositor diante das limitações da escritura instrumental na realização de estruturas que não mais dependiam de dificuldades instrumentais e da serialização do timbre. Na obra eletrônica o compositor não necessitava mais preocupar-se com a partitura e suas [sic] interpretação pelo intérprete. (FRITSCH, 2008, p. 31)

Outro compositor que merece ser citado é o alemão Karlheinz Stockhausen (nascido em 1928 – falecido em 2007). Conforme Fritsch (2008) entre 1955 e 1956 Stockhausen realiza a obra “*Gesang der Jünglinge*” (o), considerada como marco da música eletroacústica. Devido à sua pesquisa em profundidade, continuo citando mais alguns referenciais históricos levantados por Fritsch:

Antes da implementação de novos métodos de síntese por computador, as fontes eletrônicas não possuíam a riqueza de timbres oferecidos pela música concreta. Em 1957, Max Mathews criou o primeiro programa de síntese sonora no Bell Laboratories. Desde então, a música eletroacústica passou a ser produzida também através do computador. Os avanços tecnológicos da computação musical forneceram ferramentas para obter a riqueza sonora e o controle preciso do material musical, itens almeçados pelos vanguardistas. (FRITSCH, 2008, p. 36)

Fritsch fornece mais dados que permitem entender como a música eletrônica erudita desenhou um preciso esboço do que viria a estourar algumas décadas mais tarde:

O primeiro concerto público de música eletrônica, nos Estados Unidos, foi realizado por Otto Luening e Vladimir Ussachesky, no Museum of Modern Art em Nova Iorque, em outubro de 1952. [...] A expectativa em torno do potencial da música eletrônica começou a despertar o interesse de empresas como a RCA. Esta, inclusive, já havia anteriormente comercializado o theremin. Naquela época, Harry Olson, engenheiro da RCA, tinha a idéia de que seria possível criar um instrumento sem limites. Um instrumento capaz de realizar sons que não poderiam ser realizados por instrumentos acústicos. Através desse instrumento o músico poderia aumentar sua capacidade de criação e poderia compor música transpondo os limites físicos do corpo humano. Olson iniciou seu trabalho nesse instrumento em 1952 com o engenheiro Herber Belar. Era chamado de Olson-Belar Sound Synthetizer ou, então, RCA Mark I Sound Synthetizer. (FRITSCH, 2008, p. 37)

Hoje em dia, é possível afirmar que tal objetivo foi atingido com o auxílio do computador pessoal. Acessível a uma grande parcela da população, existe uma gama diversa de *softwares* capazes de sintetizar sons eletrônicos ou manipular qualquer tipo de material gravado (inclusive pelo próprio computador). Para 1952, era um desafio monstruoso. Atualmente, um divertimento para músicos amadores. Indo além, quando

Fritsch (2008) afirma que o projeto previa transpor os limites físicos do corpo humano, ele está enunciando uma das bases de uma temática muito estudada atualmente dentro da cibercultura: o pós-humanismo. Lendo os estudos de Francisco Rüdiger (2008), é possível traçar-se em linhas gerais uma vertente base do pós-humanismo segundo a qual, por meio de uma fantasia maquinística, a tecnologia forneceria ao homem aparatos capazes de aumentarem sua gama de realizações e controle da natureza. Portanto, parece-me apropriado apontar essa semelhança de um conceito que extrapolou nos últimos anos (inundado por próteses de silicone, robôs e afins) com o desejo de aumento de potencia musical levantado no já distante ano de 1952, ou ainda, em 1913.

Neste sub-capítulo, falei até aqui sobre Música Eletroacústica, Música Eletrônica e Música Concreta. Fritsch ajuda a entender essa ciranda de nomenclaturas:

Música eletroacústica é a modalidade de composição realizada em estúdio, ou com o auxílio da tecnologia, e que se alinha dentro da linguagem da música contemporânea. Os termos ‘música eletrônica’ e ‘música concreta’ ainda são utilizados nesta obra, por outras publicações e compositores; entretanto, atualmente, ambos são englobados pelo termo ‘música eletroacústica’. (FRITSCH, 2008, p. 43 – grifos do autor).

Segue o autor em sua conceituação:

A música eletroacústica é realizada através de procedimentos que sintetizam ou transformam o som através do computador. O compositor torna-se o próprio intérprete das suas obras, produzindo material musical e transformando-o através de técnicas que não podem ser registradas pela escrita tradicional em partitura adotada na música instrumental. (FRITSCH, 2008, p. 43)

Embora o trabalho de Fritsch (2008) seja primoroso, ele comete um deslize que não posso deixar passar. Em uma época guiada por rótulos e etiquetas (como as *tags* de internet, por exemplo), as nomenclaturas podem sofrer distorções, equívocos e confusões. Na verdade, o que o autor deixa de mencionar é que hoje a nomenclatura “música eletrônica” (embora ainda seja adotada por um grupo de pessoas eruditas para designar a “música tecnológica” produzida com pretensões eruditas) migrou para outro plano, o da música pop mundial. Inclusive, o discurso de Fritsch (2008) – ao referir-se à Música Eletroacústica – é passível de aplicação para descrever um DJ que cria seu próprio material para apresentar em performances. O início dessa migração (como veremos mais adiante) foi gestado pelos Beatles em 1966 com o álbum “*Revolver*” e

legitimado em 1967 com o álbum “*Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band*”, além do álbum “*Pet Sounds*” (1966) do grupo americano Beach Boys. A seguir, apresento um resumo que visa complementar a classificação proposta por Fritsch (2008).

2.5 REFLEXOS DA/NA MÚSICA ELETRÔNICA

Em função dos diversos avanços tecnológicos, atualmente o mercado musical seguidamente se encontra em meio a uma guerra ideológica travada entre “orgânicos” e “sintéticos”. Sons orgânicos são todos aqueles gerados de forma não sintética. Nesta categoria, enquadram-se todos os instrumentos reais tocados por músicos reais (um guitarrista tocando uma guitarra, um baterista tocando bateria, um cantor cantando, e mais uma infinidade de possibilidades, como cordas, madeiras, metais, percussões, etc). Os sons sintéticos são aqueles produzidos de forma artificial ou semi-artificial. Por exemplo, um som gerado por um sintetizador é um som eminentemente artificial. Porém, peças de uma bateria que foram gravadas, *sampleadas* (isto é, recortes sonoros disparados por um *sampler*) e programadas via linguagem MIDI (linguagem que permite que instrumentos musicais troquem informações entre si e com outros dispositivos) (**G**) para gerar uma batida são semi-artificiais. Ou seja, sons semi-artificiais (também chamados de semi-orgânicos e/ou semi-sintéticos) são aqueles gerados num primeiro momento de forma orgânica para, posteriormente, sofrerem manipulação digital através de interfaces via *software* (como Pro-Tools⁵⁸, por exemplo) ou via *hardware* (como um *sampler*, por exemplo).

Ainda que sejam inegáveis as contribuições trazidas para o campo da produção musical com a proliferação dos recursos tecnológicos digitais, muitos artistas (principalmente os ligados ao *rock*) oferecem resistência no que se refere à utilização destes aparatos, defendendo de maneira enérgica a utilização de sistemas eminentemente analógicos (aqueles que não utilizam o computador nem a digitalização (**G**)). Essa resistência ao sintético possui uma explicação: existe um lado psicológico fortíssimo atuando aí. A impressão que se tem ao deparamo-nos com artistas

⁵⁸ *Software* utilizado em produção musical para simulação de gravador multipista.

conservadores (defensores ferrenhos do orgânico) é que o sintético parece carregar genes que degradariam a sua obra, tornando a estética do trabalho pobre e artificial, conferindo, inclusive, um certo ar amadorístico, algo situado entre a depreciação artística e a falsidade. Ao reagir dessa forma, o artista mostra um misto de ignorância e tecnofobia. Para muitos, um “simples e inofensivo” teclado controlador ⁵⁹ tem a força de um “exército de bichos-papões”. Os *plug-ins* ⁶⁰ que utilizamos hoje são simulações baseadas em periféricos orgânicos/físicos. Como o som é um somatório de frequência e matemática (qualquer som pode ser classificado em uma determinada frequência ou conjunto delas), os projetos que envolvem a construção (programação) destes dispositivos são elaborados da seguinte forma: analisa-se o comportamento dos periféricos analógicos e desenvolvem-se programas de computador (os *plug-ins*) que se comportam de forma similar ao seu par orgânico-analógico, ou seja, aplica-se algoritmos matemáticos para tratar o sinal sonoro da forma mais próxima e precisa possível tal qual um processador de som “real”-analógico o faria. Para o computador, tudo não passa de uma cadeia imensa de zeros e uns (sistema binário). Na verdade, o termo “real” é sob certo aspecto equivocado, pois os *plug-ins* são tão reais quanto um periférico externo físico. Somente ouvidos apurados e treinados conseguem distinguir o som tratado de forma analógica e digital. Aponto esta questão, pois ela é tema frequente de debates no meio musical atual, no Brasil e no resto do mundo. Ao final de tudo, o que vai de fato determinar a escolha entre um processamento analógico ou digital é basicamente a disponibilidade dos equipamentos existente e orientação estética do projeto de gravação. Hoje, “música eletrônica” é considerada no meio musical como sendo toda e qualquer *fonograma* (instrumental ou vocal) que se utilize de elementos sintéticos em sua composição. Nesta categoria, enquadram-se artistas eminentemente eletrônicos como David Guetta, Moby e Mylo e outros oriundos de diversos estilos, como o *rock* (por exemplo), aonde a banda U2 é um representante legítimo dessa nova ordem construtiva ⁶¹.

⁵⁹ Teclado musical (periférico) que permite que notas sejam tocadas nele e reconhecidas pelo computador como instruções binárias. (G)

⁶⁰ Pequenos programas de computador que são utilizados para desempenhar funções em um programa mestre. Pode-se, por exemplo, utilizar um *plug-in* específico para simular o efeito de eco.

⁶¹ Para complementar este sub-capítulo, veja linha do tempo gráfica nos anexos digitais desta dissertação. Esta linha apresenta algumas das mais significativas evoluções que ocorreram entre 1950 e 2009. Partiu-se de 1950, pois esta década marca o início de ouro da indústria fonográfica em larga escala.

Até este ponto, já apresentei o que é um produtor musical, como funcionam os processos de produção, quais os atores sociais envolvidos neste processo (e os papéis que desempenham), como se deu a evolução dos primeiros instrumentos eletrônicos do início do século XX e algumas consequências para os dias de hoje. Passarei agora ao estudo dos movimentos de contracultura.

3. CONTRACULTURA(S): MOVIMENTO O MOVIMENTO

tags: contracultura, vanguarda, movimentos artísticos

Nesse sub-capítulo, vou abordar alguns pontos referentes à chamada contracultura. Utilizarei alguns autores para embasar o texto (que serão citados no decorrer do mesmo). Além destes autores, minha base teórica será fundamentada, principalmente, por Ken Goffman *et* Dan Joy (2008). Não irei conceituar o que significa cultura. Partirei para o estudo da contracultura. O termo contracultura (assim como o “cultura”) também apresenta uma série de definições. Farei a comparação entre três delas. A apresentada pelo Dicionário Larrouse (1992) se aproxima da definição mais comum conhecida por pessoas de dentro e de fora do meio acadêmico. Segundo o Dicionário, contracultura é o “movimento de contestação à cultura dominante”. (LARROUSE, 1992) Podemos entender essa conceituação como “senso comum”. Em 1983, Carlos Alberto Pereira escreve o livro “O que é contracultura”. Em sua obra, Pereira (1985) vai além da definição do Dicionário Larrouse e situa a contracultura como movimento contestador que eclode no final da década de 1960. Embora não esteja de todo errado, em 2004 Ken Goffman *et* Dan Joy lançam a obra “Contracultura Através dos Tempos”. Este estudo bem mais profundo é o que me interessa para a presente dissertação.

A primeira diferença na obra de GOFFMAN *et* JOY (2008) em relação às demais é que os autores apontam que sempre existiram movimentos contraculturais em todas as épocas históricas. O sub-título da obra é “do Mito de Prometeu à Cultura Digital”. Conforme os autores, a contracultura floresce “sempre e onde quer que alguns membros de uma sociedade escolham estilos de vida, expressões artísticas e formas de pensamento e comportamento segundo o qual a única e verdadeira constante é a própria mudança”. (GEOFFMAN *et* JOY, 2008, p. 9) Inovação e experimentação representam palavras-chave para os movimentos de contracultura. É interessante notarmos que,

conforme apontam os autores, “a cultura como um todo surge da contracultura”. (GOFFMAN et JOY, 2008, p. 10).

Embora alguns movimentos tenham como mola propulsora questões políticas, me interessa nesse momento às questões relacionadas ao campo da arte (e, mais especificamente, da música e da produção musical).

3.1 FUNDAMENTOS DA CONTRACULTURA

Para os autores, a definição de contracultura pode ser entendida como “fenômeno histórico caracterizado pela afirmação do poder individual de criar sua própria vida, mais do que aceitar os ditames das autoridades sociais e convenções.” (GOFFMAN et JOY, 2008, p. 49) Nesse cenário, a liberdade de comunicação se torna indispensável. Para melhor entendimento do conceito, os autores sugerem três características fundamentais presentes em toda manifestação de contracultura. Segundo GOFFMAN et JOY (2008) são elas:

- 1- As contraculturas afirmam a precedência da individualidade acima de convenções sociais e restrições governamentais.
- 2- As contraculturas desafiam o autoritarismo de forma óbvia, mas também sutilmente.
- 3- As contraculturas defendem mudanças individuais e sociais.

Esta liberdade individual não pode ser de caráter opressor. Respeito às diferenças se faz necessário. Deve-se ir além da liberdade de opinião, incluindo respeito às crenças, aparência pessoal, sexualidade e todos os demais aspectos da vida. Não se trata também de criar-se um movimento autoritário alternativo para substituir a autoridade pré-existente. Deve-se buscar uma crescente liberdade e fortalecimento democrático para o maior número de pessoas.

Os autores apresentam, ainda, cinco características universais presentes nos movimentos de contracultura. Conforme GOFFMAN et JOY (2008), são elas:

- 1- Ruptura e inovações radicais em arte, ciência, espiritualidade, filosofia e estilo de vida.
- 2- Diversidade.
- 3- Comunicação verdadeira e aberta e profundo contato interpessoal, bem como generosidade e a partilha democrática dos instrumentos.
- 4- Perseguição pela cultura hegemônica de subculturas contemporâneas.
- 5- Exílio ou fuga.

Os movimentos de contracultura pautam-se pela vanguarda e pelas transgressões. A experimentação serve como teste para ampliação dos limites estéticos e conceituais vigentes. Muitos desses movimentos (literalmente no sentido de mover-se) implicam em transgressões radicais que mudam o curso da história. Deve-se ter o cuidado para não confundir as contraculturas com as subculturas. Como apontam os autores, “as contraculturas apresentam uma excepcional diversidade, e as subculturas normalmente são definidas por um tipo de conformismo alternativo ou minoritário.” (GOFFMAN *et* JOY, 2008, p. 55) O movimento contracultural exige engajamento e vivência plena dos ideais. Estes ideais, ainda que se nutram do desejo de mudança revigoradora e nasçam de uma elaboração mental do imaginário, devem possuir raízes orgânicas e verdadeiras (analogamente ao que comentei, anteriormente, sobre a *verdade artística*). Desse modo, não podem estar ancorados em pensamentos narcisistas, etnocentristas, ingênuos e infantis. Essa vivência dos ideais pode ser melhor compreendida partindo do exemplo da geração *beat*⁶² : como apontam os autores, “os *beats* passaram centenas de noites falando intimamente uns com os outros” (GOFFMAN *et* JOY, 2008, p. 56) até que o movimento *beat* realmente eclodisse e tomasse corpo e forma.

Outra questão relevante refere-se ao caráter efêmero e visceral dos movimentos de contracultura. A marca da contracultura está intimamente ligada à fluidez de formas e estruturas, à perturbadora velocidade e flexibilidade com que surge, sofre mutação, se transforma em outra e desaparece. O objetivo da contracultura não é tomar as rédeas ou eliminar o controle externo nem mover uma guerra contra aqueles que o detêm (mesmo que esse elemento possa estar presente em alguns momentos históricos, principalmente

⁶² Grupo de escritores norte-americanos alternativos da década de 1960, cujos princípios vanguardistas inspiraram movimentos posteriores como o *hippie* e o *punk*.

em se tratando de questões políticas). Em vez disso, as contraculturas buscam viverem livres de restrições à força criativa. (GOFFMAN *et* JOY, 2008)

Além das características fundamentais e universais já apresentadas aqui, os autores sugerem, ainda, que existem três fios de ligação possíveis de serem identificados em movimentos dessa natureza, fios esses que promovem o intercâmbio e construção entre um movimento e outro. Segundo GOFFMAN *et* JOY (2008), são eles:

- 1- Contato Direto: O mais poderoso e óbvio tipo de ligação entre contraculturas. Participantes de uma contracultura interagem diretamente com participantes de outra, abrindo canais de comunicação que encorajam a individualidade e amplificam o impulso contracultural.
- 2- Contato Indireto: Uma cultura fecunda a outra através do tempo por intermédio de obras de arte, registros e lendas. Graças aos avanços tecnológicos dos últimos cem anos, principalmente no que se refere à internet, esse cabo se encontra cada vez mais emaranhado interligando diversas contraculturas.
- 3- Ressonância: Semelhança de idéias, produtos artísticos, meios de desenvolvimento e formas de vida que se apresentam em contraculturas entre as quais não há nenhum indício de contato direto ou indireto.

Devemos ter claro, também, que os produtos gerados no seio de uma contracultura são subprodutos e não a contracultura em si. Isso vale, por exemplo, para obras de arte produzidas neste contexto (no nosso caso, como veremos adiante, os álbuns musicais). Além disso, embora analise alguns recortes importantes à medida que este sub-capítulo se desenvolve (como será visto adiante), devo ter em mente que existe um elemento comum: “Os movimentos contraculturais, não importa quão diferentes uns dos outros possam parecer, surgem de diferentes combinações dos mesmos princípios e valores.” (GOFFMAN *et* JOY, 2008, p. 50) Lendo a obra de GOFFMAN *et* JOY (2008) é possível compreender o porque de muitos dos movimentos contraculturais terem obtido grande adesão por parte dos jovens. O jovem, por natureza, apresenta uma necessidade quase orgânica de superar as gerações que o antecederam. Esse “conflito” se inicia no âmbito familiar. O jovem gosta de ser transgressor, pois desse modo sente que está “destruindo” para “reconstruir”. Esse processo é muito comum no campo da produção musical. Jovens produtores, ainda que admirem alguns (ou até muitos) de seus antecessores, tomam o trabalho destes como ponto de partida, para, em sequência, quebrar paradigmas (muitas vezes tidos como imutáveis) e desenvolver novos

caminhos, buscar soluções alternativas e fomentar mudanças estéticas, comportamentais e até técnicas. Les Paul pode ser um exemplo desse processo, uma vez que, até sua experimentação com o *overdubbing*, as gravações eram feitas sempre ao vivo, sem edições. No momento em que ele estabelece esse novo patamar de produção, por consequência, a estética e sonoridade dos trabalhos serão alteradas. Assim, ele “supera” seus antecessores e oferece novas possibilidades técnico-criativas para as futuras gerações. Outro marco importante nesse sentido é o álbum dos Beatles “*Sgt. Peppers*” (1967), um artefato contracultural, que quebrou paradigmas e será analisado no subcapítulo seguinte.

Como já disse antes, a obra de GOFFMAN *et* JOY (2008) apresenta inúmeros recortes históricos que ilustram a questão da contracultura. Partindo destes autores e de outros, irei me centrar em três momentos que foram de grande importância para a produção musical contemporânea: Dadaísmo; *Pop Art* e Movimento *Punk*.

3.2 O DADAÍSMO E MARCEL DUCHAMP: *ARE YOU READY MADE?*

Conforme Dietmar Elger (2004), o Dadaísmo tem origem em Zurique (Suíça) em 1916. Neste ano, realizou-se um encontro de artistas e escritores que tinham como força motriz a crítica às idéias burguesas referentes à vida e à arte. O movimento – que durou até 1923 – não se preocupava com a lógica, com a moralidade ou com convenções. Os *dadaístas* (como eram chamados os pertencentes a este movimento) pretenderam criar o que chamaram de “*anti-arte*”. Este paradigma era calçado na rejeição de qualquer sistema estético vigente. A principal forma de expressão artística era a colagem, a montagem e a junção de peças e a formação de novas combinações – imagens, esculturas e poemas sonoros -, juntando objetos individuais selecionados arbitrariamente, que derivavam de vários contextos diferentes.

Levando-se em conta os paradigmas contraculturais apresentados anteriormente, o Dadaísmo também deveria ser vivido na prática, isto é, os artistas deveriam ir além da questão estética, assumindo uma postura de ruptura radical. Para Lucio Agra (2004), uma das bases do Movimento Dadá (como é também chamado o Dadaísmo), foram as idéias do Movimento Futurista ⁶³ (já comentado aqui), que igualmente buscava uma ruptura conceitual. Retomando as idéias de Russolo (apresentadas anteriormente no início deste estudo) e seu manifesto (1913), pode-se observar uma relação importante que vai desaguar (como veremos a seguir), anos mais tarde, no movimento *Punk*. Uma das características desse movimento consiste na ausência de astros. Quem assume o seu lugar são as pessoas comuns. Esse traço começa a tomar vulto no início do século XX. Como aponta Agra: “Fiel ao espírito de narrar os dilemas da grande cidade, o pintor Luigi Russolo procurou desenvolver uma arte sonora futurista. É interessante notar que Russolo não era senão um músico amador.” (AGRA, 2004, p. 55) Agra (2004) trás um recorte que ajuda a compreender a proposta dos *dadás*: conforme o autor, um dos artistas engajados no movimento, chamado Tristan Tzara, dizia que “Dadá não é nada, isto é, tudo.” Tratava-se, pois, de uma completa rejeição a tudo o que existia em termos artísticos. Objetos do cotidiano escolhidos ao acaso eram mixados, produzindo novos signos. Um dos artistas mais citados na literatura e que ilustra bem a idéia *dadaísta* é Marcel Duchamp (nascido em 1887 — falecido em 1968).



Fig. 13 – Marcel Duchamp ⁶⁴

Duchamp formatou um conceito ao qual deu o nome de “*ready made*”. Tratava de se apropriar de objetos cotidianos que, *a priori*, não possuíam reconhecimento como

⁶³ Movimento artístico e literário que surge em 20 de fevereiro de 1909 com a publicação do “Manifesto Futurista”, pelo poeta italiano Filippo Marinetti, no jornal francês *Le Figaro*. Os adeptos do movimento rejeitavam o moralismo e o passado. Suas obras baseavam-se no desenvolvimento tecnológico do final do século XIX.

⁶⁴ Fonte: <<http://jacketmagazine.com/14/px/duchamp.jpg>> acesso em 05/02/2010

sendo elementos artísticos, e trazer estes objetos para o campo das artes. Uma de suas obras mais conhecidas chama-se “Fonte” (1917). Esta obra era constituída simplesmente de um urinol que, conforme a proposta *dadá*, foi exposto como obra de arte (como pode ser visto abaixo):



Fig. 14 – “A Fonte”. Marcel Duchamp (1917) ⁶⁵

Como aponta Agra, “seus *ready mades* fizeram uso da postura antiestética do *dadá* para questionar a própria natureza do signo artístico.” (AGRA, 2004, p. 64 – grifo do autor) Os artistas desse movimento estavam constantemente em busca de objetos simples que não despertassem nenhum interesse artístico, para então transportá-los ao campo das artes. Essa proposta conceitual vai apresentar inúmeros desdobramentos no futuro, sendo uma das bases da cultura pop, do *punk* e dos *happenings* ⁶⁶ contemporâneos.

De fato, o que o Dadaísmo propunha era utilizar a arte para colocar a própria arte em xeque, questionando não só os artistas, mas inclusive os curadores e a chamada “arte burguesa”, esta muita atrelada à estética do belo simétrico, à valorização do virtuosismo técnico e à arte excludente elitista. Os *dadás* não se limitaram a incorporar

⁶⁵ Fonte: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fa/Fontaine_Duchamp.jpg> acesso em 05/02/2010

⁶⁶ Série de performances artísticas, normalmente de caráter crítico, presentes em diversas bienais de arte. Um exemplo é a obra “Sexo, Máquinas e Rock’n’Roll”, apresentada anteriormente. (o)

o cotidiano em suas práticas. Para reafirmar seu repúdio aos paradigmas vigentes, realizaram provocações mediante releituras de obras consagradas. É o caso da “Monalisa” de Leonardo da Vinci que foi relida por Duchamp em 1913. Este trabalho de Duchamp mostra o tom de “peraltice” existente na crítica *dadá*. Se atualmente parece uma brincadeira comum de crianças de desenhar bigodes em uma figura feminina, na época representou uma crítica voraz.



Fig. 15 – “Monalisa”. Leonardo da Vinci (1503-6)



Fig. 16 – “Monalisa”. Marcel Duchamp (1913)⁶⁷

Como aponta Agra, este movimento contracultural segue inspirando artistas atuais:

O espírito dadaísta permaneceu, transmudado no Surrealismo, na França, sobrevivendo até a ocupação. Nos Estados Unidos, alguns artistas foragidos começariam a desenhar os contornos da arte da segunda metade do século. Mas a maior prova que Dadá sobreviveria a tudo, viria a ser suas repercussões posteriores que chegaram a apontar na contemporânea estética dos videoclips, da moda, do cotidiano. Dadá continua a ser a contraparte necessária a todo o espírito de renovação artística que almeje a transformação. (AGRA, 2004, p. 70)

⁶⁷ Fig. 15 – extraída da obra de ELGER (2004). Reprodução.

Fig. 16 – extraída da obra de STRICKLAND (2004). Reprodução.

Dentre as inúmeras repercussões dos ideais *dadá* apontadas por Agra (2004), uma delas pode ser observadas na *Pop Art*. Ela será meu próximo foco de estudo.

3.3 A POP ART E ANDY WARHOL

No início do século XX, a Revolução Industrial (em franca expansão) pode ser considerada como um dos pontos de partida para o consumo de massa. Linhas de montagem produzindo várias cópias seriadas para serem consumidas por várias pessoas. Conforme Klaus Honnef (2004),

A cultura de fabrico industrial sempre pareceu suspeita aos críticos empenhados. Para Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, representava um instrumento de subtil opressão nas mãos daqueles que possuíam e administravam o poder econômico e político. (HONNEF, 2004, p. 20)

Não só roupas ou alimentos, mas a própria arte passa gradativamente a ser produzida segundo essa lógica. Adorno e Horkheimer, pensadores pertencentes à chamada Escola de Frankfurt⁶⁸, criaram o conceito de *Indústria Cultural* para definir a conversão da cultura em mercadoria. Este conceito aparece na obra “A Dialética do Esclarecimento”, publicada em 1947. Na década de 1960 nos Estados Unidos, como aponta Honnef, “cinema, *design* e publicidade pertenciam ao ambiente cultural, tal como os hambúrgueres e a Coca Cola.” (HONNEF, 2004, p. 23). Se os *dadás* trouxeram os objetos do cotidiano para o plano artístico, os integrantes da *Pop Art* fizeram o mesmo, porém de uma forma “mais leve”, ainda que igualmente crítica. Nesse cenário, a diferença entre a cultura elitista e a popular desaparece. A publicidade passa a ser um dos temas preferidos do movimento. A *Pop Art* celebra a sociedade de consumo. O “pop” deriva de cultura popular, fonte de recolhimento de material para ser transformado em *Pop Art*. Histórias em quadrinhos, notícias de jornal e recortes publicitários eram algumas das variadas matérias primas utilizadas. Assim como destaquei um artista representativo do movimento *dadá* (no caso, Marcel Duchamp),

⁶⁸ Nome dado a um grupo de filósofos e cientistas sociais de tendências marxistas que se encontram no final da década de 1920.

farei o mesmo com a *Pop Art*. Embora existam vários artistas reconhecidos nessa esfera, a *Pop Art* é comumente associada a um de seus mais conhecidos propagadores: Andy Warhol. Warhol (nascido em 1928 — falecido em 1987) produziu extensa obra que traduz a essência desse movimento.

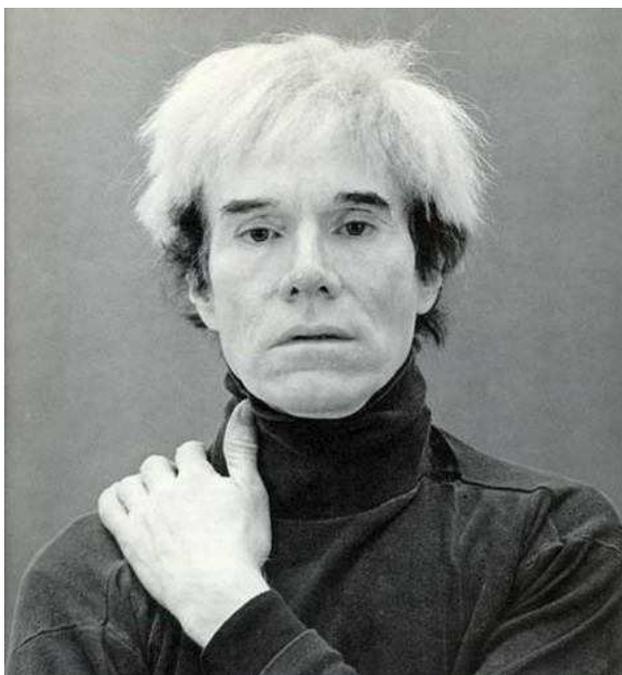


Fig. 17 – Andy Warhol ⁶⁹

Assim como na escola *dadá*, na *Pop Art* pode-se observar um caráter interdisciplinar. O próprio Warhol realizou trabalhos envolvendo cinema, artes plásticas e música. A obra autobiográfica “A Filosofia de Andy Warhol” (publicada no Brasil em 2008) foi originalmente lançada em 1975. Nela, o artista discorre sobre vários temas como vida, dinheiro, sexo, arte e fama. A leitura dessa obra auxilia na compreensão não só acerca do artista, mas do movimento como um todo. Uma das frases mais conhecidas de Warhol é: “No futuro todos terão seus quinze minutos de fama.” (WARHOL, 2008) Esse caráter atualmente se mostra verdadeiro, observado nas chamadas “*celebridades instantâneas*”, anônimos que principalmente através da internet alcançam uma fama efêmera graças a atributos e realizações passíveis de questionamento quanto à sua relevância e, no caso da arte (em específico da música), *verdade artística*. Carol Strickland (2004) aponta que “A arte pop elevou a ícones os mais crassos objetos.”

⁶⁹ Fonte:

<http://www.botecodesign.org/wp-content/uploads/2008/12/andy_warhol_2000x0475x517.jpeg>
acesso em 05/02/2010

(STRICKLAND, 2004, p. 174) Dentre esses objetos, poderiam figurar hambúrgueres, louça sanitária, cortadores de grama, estojos de batom, pilhas de espaguete e celebridades com o cantor norte-americano Elvis Presley. A *Pop Art* não se tornou apenas um movimento artístico ou um movimento contracultural, mas também uma ode ao consumo e um fenômeno de marketing. Warhol retratou diversos famosos que pagavam um valor considerável para serem retratados por ele. Seu ateliê, intitulado “*Factory*” (em inglês, “fábrica”) representava um efervescente ponto de encontro entre os artistas vanguardistas das décadas de 1960 e 1970, incluindo músicos como os integrantes da banda britânica Rolling Stones.

O consumo na *Pop Art* é encarado como meio para se obter prazer. Assim, ainda que exista um caráter contracultural percebido, e mesmo que represente em muitos momentos uma crítica social, artistas como Andy Warhol gostavam muito de consumir e serem objeto de consumo, quer seja midiático, quer seja de suas obras. Segundo Strickland,

Warhol pegava seus temas nas prateleiras de supermercados e nas manchetes de tablóides e apresentava uma produção de massa com imagens de Marilyn Monroe ou de latas de sopa Campbell, numa espécie de linha de montagem, repetindo a imagem por meio de silk-screen. As imagens populares trouxeram a arte para fora dos museus. (STRICKLAND, 2004, p. 175)

Warhol trouxe a arte para as massas. Tratava-se, pois, de um movimento libertário típico das contraculturas, um movimento de democratização e desmistificação da arte. Ainda que parecesse avesso à exposição pública e à publicidade, as leituras realizadas para este estudo ⁷⁰ mostraram que no fundo o artista apreciava a fama (não de quinze minutos, mas duradoura e sedimentada).

Outro dado relevante para meu estudo é o de que a *Pop Art*, ao contrário de muitos outros movimentos, pregava a reprodução em massa. A reprodução mecânica passa a ser valorizada em vez da reprodução manual. O caráter artesanal e único presente nas obras artísticas desaparecia nesse contexto. Uma vez que a matriz de uma obra fosse gerada, poderia ser reproduzida inúmeras vezes. Desse modo, todos poderiam

⁷⁰ Para mais detalhes sobre as fontes consultadas, veja a relação de obras consultadas ao final deste estudo. (nota do autor)

ter a sua cópia, todos poderiam acessar os bens culturais. Andy ficou fascinado com os gravadores de áudio portáteis de fita. A base de seu livro (“A Filosofia de Andy Warhol”) foi toda elaborada a partir de transcrições de várias das fitas gravadas por ele. Ele preferia gravar a escrever. E levava o processo a sério. Esse caráter pode ser percebido em uma passagem de seu livro na qual utiliza o termo “representar para a fita” (WARHOL, 2008, p. 41). Sobre a questão da *verdade artística* que já comentei nesse estudo, o artista diz que “você tem que resistir nos períodos em que seu estilo não for popular, porque se ele for bom, ele vai voltar.” (WARHOL, 2008, p. 78) Abordarei a questão referente à *aura artística* (G) mais adiante. Porém, Warhol fornece pistas que são úteis para que o conceito comece a ser construído ⁷¹ : “Acho que a ‘aura’ é alguma coisa que só os outros podem ver, e só veem o que querem ver. Está tudo nos olhos do outro.” (WARHOL, 2008, p. 93 – grifo do autor) Na verdade, Warhol parece indicar que a sua definição de *aura* poderia ser sistematizada como “*verdade artística* percebida”, quer seja pelo público, quer seja por intelectuais, formadores de opinião ou curadores artísticos. Por outro lado, Warhol desloca o valor aurático do artista para a obra do artista:

Você deve ter sempre um produto que não seja apenas ‘você’. Uma atriz deve contar suas peças e seus filmes, uma modelo deve contar suas fotografias, um escritor deve contar suas palavras, um artista plástico deve contar seus quadros, de forma que você sempre saiba exatamente quanto você vale, em vez de empacar achando que seu produto é você e sua fama, e sua aura. (WARHOL, 2008, p. 102 – grifo do autor)

Tendo em vista os conceitos apresentados relativos à contracultura, principalmente no que diz respeito à democratização e à liberdade, o livro de Warhol (2008) apresenta um recorte importante que reforça a sua busca pela democratização da arte para as massas. Ainda que o artista não fale diretamente sobre isso, a sua fala, no que tange ao consumo de massa, deve ser levada em conta e pode funcionar de forma análoga:

⁷¹ Embora, como veremos adiante, este conceito já havia sido sistematizado por Walter Benjamin em 1936.

O que é incrível é que a América começou a tradição de que os consumidores mais ricos compram essencialmente as mesmas coisas que os mais pobres. Você pode estar assistindo à televisão e ver uma Coca-Cola, e pode saber que o presidente bebe Coca, Liz Taylor bebe Coca e, veja só, você bebe Coca também. Uma Coca é uma Coca e nenhum dinheiro do mundo compra uma Coca melhor do que aquela que o mendigo da esquina está bebendo. Todas as Cocas são iguais, e todas as Cocas são boas. Liz Taylor sabe disso, o presidente sabe disso, o mendigo sabe disso, e você sabe disso. (WARHOL, 2008, p. 118)

Se aplicarmos a lógica de raciocínio de Warhol (2008) para a Indústria do Disco, perceberemos que um álbum produzido em série se comporta do mesmo modo. Ainda que em alguns países a qualidade de prensagem possa ser melhor do que em outros, as cópias serão muito similares. Quando entrarmos mais adiante no campo da digitalização, veremos que em grande parte, se comportarão exatamente como a “Coca de Andy Warhol”.



Fig. 18 – “Garrafas Verdes de Coca-Cola”.
Andy Warhol (1962)⁷²

⁷² Fonte: <http://bethcruz.blogspot.com/2009_08_01_archive.html> acesso em 06/02/2010.

Warhol era assumidamente um consumista compulsivo. A questão valorativa da obra de arte foi abordada por ele em várias passagens dentro de sua obra. Para ilustrar esse tema, apresento a seguir uma citação seguida de uma imagem que retrata este caráter:

Gosto de dinheiro na parede. Digamos que você fosse comprar uma pintura de 200 mil dólares. Acho que você deveria pegar esse dinheiro, amarrar e pendurar na parede. Aí, quando alguém visitar você, a primeira coisa que essa pessoa vai ver é o dinheiro na parede. (WARHOL, 2008, p. 154)



Fig. 19 – “192 Notas de Um Dólar”. Andy Warhol (1962)⁷³

⁷³ Fonte: <<http://timelookingaround.files.wordpress.com/2008/11/dollar.jpg>>

Se no Dadaísmo Duchamp promoveu uma releitura crítica da “Monalisa” de Leonardo da Vinci, Warhol também o fez na *Pop Art*. Recorte, colagem, cores saturadas e vibrantes, elementos que compõem a estética pop podem ser observados a seguir:

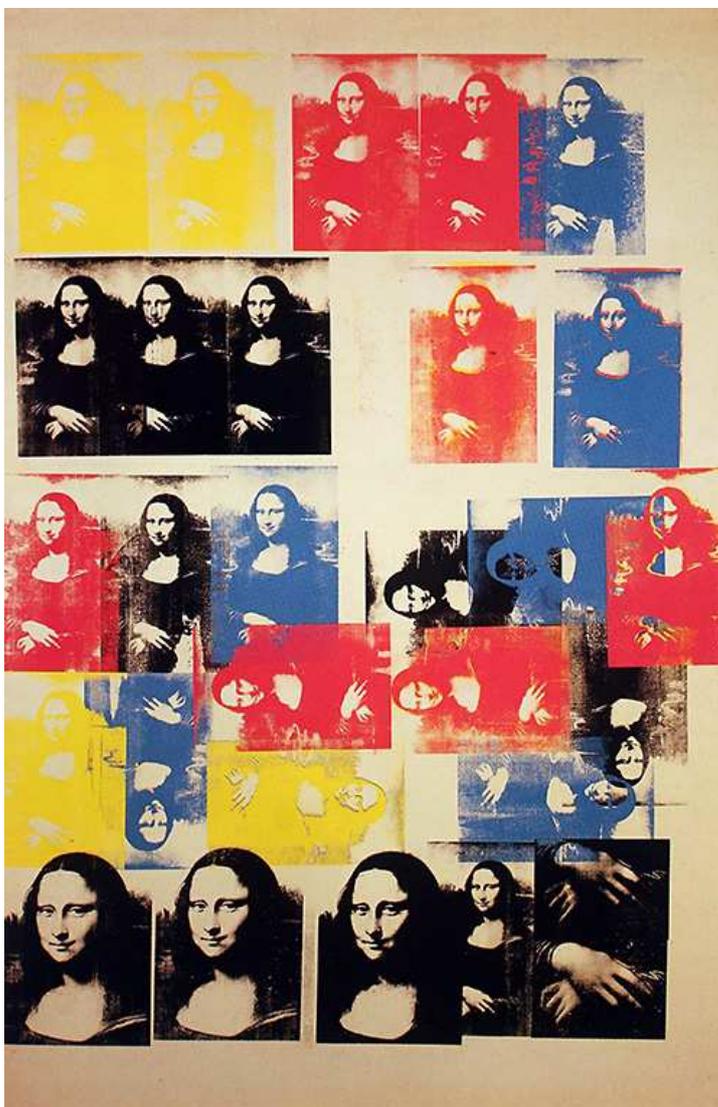


Fig. 20 – “Monalisa”. Andy Warhol (1963)⁷⁴

Assim como ocorreram estas releituras da “Monalisa”, o mesmo pode ocorrer com as obras musicais. Obras já realizadas servem como nutrientes criativos para posteriores ressignificações. Este caráter de “dar a sua visão dos fatos” também se faz presente nas contraculturas. No caso específico apresentado aqui, partindo-se de princípios da semiótica pierceana (SANTAELLA, 2003), observei que o *significante*

⁷⁴ Fonte: < <http://thepublicinterest.freedomblogging.com/files/2009/10/warhol-mona-lisa.jpg>> acesso em 06/02/2010.

(no caso, a imagem da “Monalisa”) se faz presente nos três momentos (da Vinci, Duchamp e Warhol). No entanto, ao promover-se uma releitura e novas intervenções estéticas, altera-se o *significado* da obra original.

Por fim, Warhol teve um grande envolvimento com a música, não só criando capas de álbuns para artistas como John Wallowitch, Rolling Stones, John Cale, Diana Ross, Aretha Franklin e John Lennon, como produziu a banda Velvet Underground (ao final dos anos 1960), que realizava um som de caráter experimental e contestador (o). O desprezo pela arte pode ser percebido através da leitura do livro de Warhol (2008). Conforme o artista, “Espaço vazio é espaço nunca desperdiçado. Espaço desperdiçado é qualquer espaço com arte dentro dele.” (WARHOL, 2008, p. 163) Além de criticar a arte, ele coloca em xeque até o papel do próprio artista ao dizer que “Artista é alguém que produz coisas que as pessoas não precisam ter, mas que ele – por *alguma razão* – acha que seria boa idéia dar a elas.” (WARHOL, 2008, p. 164)

Após o Dadaísmo e a *Pop Art* questionarem as obras artísticas, sua estética e seu papel social, mostrarem que era possível de se desenvolver uma arte genuína, questionadora, crítica, não-excludente e não-elitista e de que os objetos cotidianos (assim como os “Ruídos de Russolo”) poderiam e deveriam ser utilizados como elementos construtores da arte, é chegado o momento de romper em definitivo não só com a obra, mas com os autores, isto é, os astros das artes e dar passagem às pessoas comuns para que produzam a sua própria arte utilizando tudo o que estiver ao seu alcance. É o que propôs o movimento contracultural que apresentarei a seguir.

3.4 O MOVIMENTO PUNK

Muitas vezes utilizando-se até da violência física, o chamado Movimento *Punk* foi um dos mais viscerais, agressivos e inquietantes movimentos contraculturais da história, promovendo múltiplos reflexos no campo da produção musical. Neste subcapítulo, falarei a respeito do surgimento destes ideais nos Estados Unidos, na Inglaterra e no Brasil. Os autores base serão Craig O’Hara (2005) e Goffman *et Joy* (2007).

Para Craig O'Hara (2005), o *rock* dos anos 1960 pode ser considerado com um pequeno embrião que possibilitaria o surgimento de um movimento radical e contestador uma década depois. Se o *rock* dos anos 1950 falava de amor e diversão, nos anos 1960 ele passa a focar questões políticas e críticas sociais, deixando de ser um subcultura e passando ao plano de uma contracultura. O Movimento *Punk* teve origem, basicamente, nos Estados Unidos e na Inglaterra. Embora, como vimos, seus ideais tenham sido gestados a partir de 1960⁷⁵ (e se quisermos pensar mais profundamente, eles já existiam sob certo aspecto desde o Dadaísmo), o *Punk* realmente vai ganhar força no final dos anos de 1970. O'Hara (2005) aponta que o *Punk* britânico era essencialmente um movimento composto de jovens brancos de classe operária desprivilegiada. Esse grupo acabou por utilizar o *Punk* como megafone para bradar ao mundo sua insatisfação com o sistema vigente (em termos políticos, econômicos e culturais). Estes primeiros *punks* repudiavam o conformismo e o *status quo*. Porém, o autor afirma que as primeiras manifestações, embora apresentassem claramente um discurso recheado de ódio e desespero, não possuíam um caráter de consciência política desenvolvido, podendo ser encarado como um “brado rebelde infantilóide”.

O *Punk* era visceral e áspero. Sua base estava ancorada no não-conformismo, colocando em xeque os modos de pensar predominantes. Conforme O'Hara, “O conformista não se questiona sobre aspectos como trabalho, raça, sexo e sobre si mesmo porque suas idéias são determinadas por aqueles que o cercam. Já o não-conformista não se apóia nos outros para determinar sua própria realidade.” (O'HARA, 2005, p. 34) Questionar o conformismo implica em questionamento de autoridade. Um comportamento anárquico é típico de um comportamento *Punk*. Os *punks* não respeitam autoridades de espécie alguma, uma vez que são encaradas como opressoras e castradoras da liberdade de expressão e pensamento. A autoridade é vista como causadora de malefícios.

Um dos antagonismos presentes na música *punk* é o de que, embora ela nasça em um ambiente hostil e marginal, como veremos adiante, acaba por invadir o

⁷⁵ Artistas como The Who e Jimi Hendrix já apresentavam uma postura “violenta” ao final dos anos 1960, quebrando seus instrumentos e produzindo um som visceral e distorcido. Exemplos (The Who e Hendrix, em vídeo) disponíveis nos anexos digitais da dissertação. (o)

mainstream, tornando-se igualmente produto de consumo midiático e cultural, justamente o que sempre repudiou. Como aponta O’Hara, “Os não-conformistas podem ser glorificados por historiadores ou idolatrados em filmes ou na literatura muito tempo depois do delito de não-conformismo.” (O’HARA, 2005, p. 34) Sobre a música em si, o autor afirma que

A música corporativa e as revistas de moda que baniram ou ridicularizaram o punk nos últimos vinte anos hoje aclamam muitas bandas pioneiras. [...] Os executivos da música corporativa, que antes tinham repugnância pelo punk, estão agora contratando novas bandas a torto e a direito numa tentativa de ganhar dinheiro com o som pungente, não-conformista. (O’HARA 2005, p. 35)

Em sua obra, O’Hara (2005) reforça a idéia de que embora o *Punk* seja comumente associado à música, ele não se limita à arte, sendo um estilo de vida e até um instrumento político. O autor compara o *Punk* ao Dadaísmo, ressaltando que existem semelhanças e diferenças. De semelhante, ele aponta que ambos são subversivos e questionadores. Porém, “o punk parece ser menos absurdo e abstrato em sua subversidade.” (O’HARA, 2005, p. 36) Voltando a Russolo (1913), O’Hara (2005) acredita que o Movimento Futurista tenha mais aspectos em comum com o *Punk* do que o Dadaísmo. A relação que o autor estabelece entre o Futurismo e o *Punk* é a de que ambos são movimentos interdisciplinares, envolvendo música, arte visual e representação teatral. Ambos rejeitaram as formas de arte tradicionais e pregavam o envolvimento da platéia, quebrando as fronteiras entre artista e espectador. No caso do *Punk*, essa interação era às vezes bastante violenta, promovendo espetáculos que mais pareciam um confronto do que uma comunhão. Nesse aspecto, conforme O’Hara (2005), era possível de se observar objetos sendo atirados pela platéia nos artistas e vice-versa. Mas, conforme as leituras realizadas para esta dissertação ⁷⁶, ainda que esta relação possa parecer agressiva e bizarra, proporcionava um sentimento positivo de pertencer a um grupo que utilizava a violência como forma de expressão, indignação e aproximação. Ainda que essa interação mencionada seja orgânica e nativa, com o passar do tempo seus ideais libertários começaram gradativamente a sucumbir ao mercado musical. Segundo O’Hara, “À medida que as platéias se tornam cada vez maiores, os concertos se tornam mais entretenimento do que interação.” (O’HARA, 2005, p. 39)

⁷⁶ Para mais detalhes, veja Obras Consultadas ao final do estudo.

Como em muitos outros momentos da história da música, cada estilo musical acaba se convertendo em tribo social, com códigos de comunicação particulares e signos adotados por seus participantes. A estética visual do *Punk* se caracteriza, principalmente, por roupas rasgadas, botas estilo coturno, cabelo moicano, jaquetas jeans e/ou de couro e utilização de alfinetes e rebites metálicos como adereços. Esta estética pode ser observada na imagem abaixo:



Fig. 21 – A Estética *Punk* ⁷⁷

O'Hara (2005) destaca que o visual *punk* teve como berço o Futurismo, uma vez que este movimento adotava roupas ultrajantes, brincos e maquiagem para expressar sua indignação e reforçar seu caráter de anti-arte. O *Punk* tinha como ideal o encorajamento e valorização da expressão de criatividade pessoal. Assim sendo, frases de ordem como “pense por si mesmo”, “seja você mesmo”, “não aceite o que a sociedade lhe oferece”, “revolte-se contra o sistema”, “diga não às autoridades e desconfie delas”, “crie suas próprias regras” ou “viva sua própria vida” eram comumente pronunciadas. Tudo isso acabou convergindo para um lema de ordem comum: “Faça Você Mesmo” ⁷⁸.

O'Hara (2005) dedica parte de sua obra para demonstrar que por inúmeras vezes o *Punk* foi retratado pela mídia como simples ato inconsequente juvenil, em uma análise

⁷⁷ Fonte: <<http://image.guardian.co.uk/sys-images/Education/Pix/pictures/2008/06/16/punks460.jpg>> acesso em 01/02/2010

⁷⁸ Também conhecido como “*Do It Yourself*”, ou pela sigla *DIY*.

rasa, distorcida e equivocada, comparando o Movimento à rebeldia comum presente nos jovens que repudiam as gerações anteriores. De qualquer modo, o jovem é contestador por natureza. Esse aspecto é importante não só para o *Punk*, mas para os demais movimentos de contracultura. O erro consiste em fazer uma avaliação simplória. Assim como muitos jovens, os *punks* se questionavam sobre a vida e os valores impostos pela sociedade. Sua música rápida, agressiva e distorcida pareceu dar conta de converter essas inquietações em música e em arte.

A arte *punk* funcionava centrada nos ideais *DIY*. Isso significava que, como em uma cooperativa, todos uniam esforços para produzir e distribuir seus produtos artísticos de forma direta e marginal às *majors*. Eles próprios organizavam seus shows, gravavam e lançavam álbuns, publicavam livros e *fanzines* (*G*) e, inclusive, montavam suas próprias lojas de discos. A relação mítica explorada pelo *rock* perdia sua força no *punk*. Todos eram igualmente encorajados a montarem suas próprias bandas utilizando o que estivesse disponível, mesmo que isso implicasse em limitações técnicas, de equipamento ou talento artístico e musical. Porém, essas limitações eram muitas vezes superadas em prol de uma *verdade artística* legítima. O processo deveria permanecer sempre no plano marginal. Assinar um contrato com uma *major*, por exemplo, ainda que proporcionasse melhores condições de produção e, principalmente, propagação da mensagem de forma ampliada, não era uma atitude vista com bons olhos. Como aponta O'Hara, "Muitas dessas bandas pensam que o fim (alcançar um público maior) justifica os meios (fazer parte de uma grande gravadora). Essa idéia é freqüentemente rejeitada e condenada no punk." (O'HARA, 2005, p. 152-153) Este pensamento tem como justificativa, dentre outros fatores, a questão de se render/vender ao sistema e gerar lucros aos "poderosos". Tornava-se incoerente tomar parte justamente daquilo que estava sendo criticado, ainda mais que existia a chance de interferência na arte por meio de um A&R, por exemplo. Ainda que o *Punk* da virada da década de 1970 para 1980 não tivesse alcançado um sucesso estrondoso, assim que as *majors* perceberam seu potencial comercial para ser consumido por pessoas "de fora do movimento", procuraram uma aproximação com estes artistas. Como coloca O'Hara:

É importante notar que, embora no passado o punk não tivesse um grande público nos EUA, o sucesso de várias bandas punks inglesas (principalmente Sex Pistols e The Clash) deixou as grandes gravadoras desesperadas para contratar o maior número possível de bandas "rebeldes" para lucrar em cima da onda punk. [...] Muitas bandas inglesas receberam propostas para assinar

contratos com a EMI. Essas bandas se recusaram a fazer concessões. (O'HARA, 2005, p. 155 – grifo do autor)

O'Hara (2005) aponta que, uma vez que as *majors* não conseguiam contratar as bandas por estas repudiarem o mercado *mainstream*, as grandes gravadoras adotaram outra estratégia de aproximação. Criaram uma série de *selos* aparentemente independentes e focados na filosofia *DIY* que na verdade serviam de fachada para comercialização e consequente aderência por parte desses artistas que se recusavam a entrar em um circuito comercial de massa. Mas, justamente por repudiarem o paradigma da Indústria Musical e fugirem constantemente da música enquanto negócio, os *punks* frequentemente viam-se em maus lençóis, pois as bandas não conseguiam sobreviver de sua arte, assim como as lojas de disco não conseguiam sobreviver de suas vendas minguadas, o que acarretava em um tempo de vida curto e efêmero para ambos.

Outro movimento igualmente contestador (principalmente no aspecto visual) contribuiu para os alicerces do *Punk*: o *Glam Rock* dos anos 1970 se caracterizava pela utilização de um visual andrógono, “chocante” como foi o *Punk* posteriormente. Indo contra a cultura *hippie* do “paz e amor”, pregavam um som mais agressivo, rápido e sujo. A atitude era mais importante do que o resultado musical. Desse movimento, dois artistas de destaque foram o cantor/compositor David Bowie e a banda New York Dolls (o) (imagem disponível a seguir).



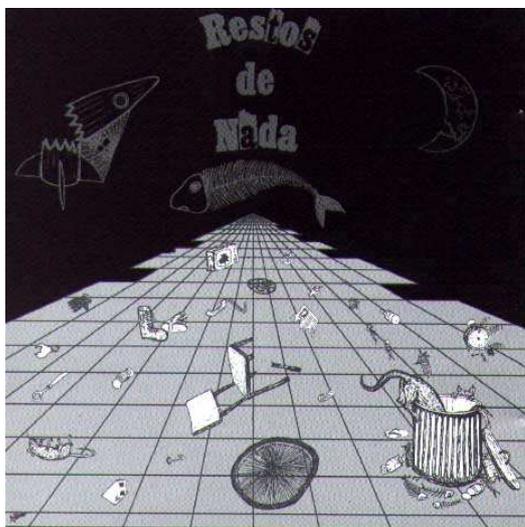
Fig. 22 – New York Dolls: androgenia e fúria ⁷⁹

Goffman *et* Joy (2007) apontam também que o estilo de vida mítico-glamouroso de artistas *mainstream* como os Beatles e os Rolling Stones irritava uma parcela da juventude, pois “eles queriam se identificar com o *rock*, mas seus astros ricos pareciam ignorar a sua miséria.” (GOFFMAN *et* JOY, 2007, p. 357) Embora a banda norte-americana Ramones seja um dos personagens pioneiros e mais relevantes para a história do *Punk*, os britânicos do Sex Pistols conseguiram atingir uma sonoridade ainda mais poderosa, provocando uma catarse de grandes proporções. Ouvir a sua obra era um ato de rebeldia e prazer que funcionava simultaneamente como estímulo e anestésico, encorajando os jovens a escreverem a sua própria história e confortando-os de que não estavam sozinhos nessa caminhada. Como todo movimento de contracultura, o *Punk* propunha uma ruptura e transformação de pensamento:

À medida que os anos 1970 desaguaram nos anos 1980, um núcleo de grupos punks sérios e insubordinados de orientação anarquista desenvolveu instituições alternativas coerentes, hábeis e resistentes com as quais a esquerda hip só poderia sonhar. Selos musicais alternativos, clubes para apresentações, fanzines, clubes de troca de fitas cassete, vídeos e filmes independentes surgiram da estética punk. (GOFFMAN *et* JOY, 2007, p. 361)

⁷⁹ Fonte: <http://www.bbc.co.uk/music/newyork/images/g_newyorkdolls.jpg> acesso em 01/02/2010. Exemplo da sonoridade do grupo disponível nos anexos digitais da dissertação.

A gravadora brasileira ST2 lançou em 2009 um documentário sobre a história do *Punk* no Brasil. Uma das primeiras bandas brasileiras chamada Restos do Nada possuía uma música homônima (o) que ilustra bem o pensamento *punk* daqueles tempos. Abaixo, transcrevo um trecho dessa canção extraída do DVD ⁸⁰.



*Nós somos a verdade do mundo ⁸¹
Somos restos de nada
Vivemos como ratos de esgoto
Entre o lixo de tudo
A noite nós vagamos por aí
Para ver o que resta de vocês
Cuidado se você estiver só
E encontrar com um de nós
Nós não gostamos de nada
Porque não há mais nada do que gostar*

Fig. 23 – Capa do LP “Restos do Nada”.
Reprodução.

Conforme pode ser observado no documentário da ST2 (DVD, 2009) muitos adolescentes começaram a tocar utilizando instrumentos rudimentares, incluindo até sofás ou painéis como elementos percussivos. Se os britânicos e os americanos se voltaram contra o movimento *hippie*, os brasileiros repudiaram o movimento do Rock Progressivo, que apresentava canções longas, recheadas de virtuosismo e temas conceituais e épicos. Os *punks* brasileiros achavam que a música jovem não deveria ser assim. Pregavam um som mais cru e direto, calcado em canções de curta duração ⁸². Eram contra a polícia, religião, governo, família, tudo que estava estabelecido e legitimado. “Vamos destruir tudo para depois remontarmos com dignidade” (DVD, 2009), relata Ariel, um dos integrantes da banda Restos do Nada. A questão estética também é pauta do documentário, onde fica evidenciado que a idéia era chocar através do visual para chamar a atenção. A questão da violência gratuita e da falta de engajamento nos reais ideais do Movimento *Punk* e consequente participação baseada em uma percepção raça anteriormente apontada por O’Hara (2005) é identificável em muitos dos testemunhos presentes neste documentário. Assim como ocorreu em outros

⁸⁰ Fonte: BOTINADA: A Origem do Punk no Brasil. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2009.

⁸¹ Trecho da letra da canção “Restos do Nada” (lançada no LP “Restos do Nada”, Polygram, 1987). Disponível para audição nos anexos digitais dessa dissertação. (o)

⁸² Canções de curta duração também integram o paradigma da música *punk*. (nota do autor)

países, no Brasil o caráter de cooperativa também foi adotado em todas as esferas, da produção à circulação do material sonoro.

Um dado que chama à atenção é que os *punks* do Brasil não só acusavam os integrantes do Rock Progressivo de exibicionistas virtuosos como ainda os achavam alienados e tipicamente conformistas. Porém, em 1982 a banda Pink Floyd – uma das mais expressivas do Movimento Progressivo – lançou o projeto intitulado “*The Wall*”, incluindo um álbum duplo e um filme. Nos anexos digitais, é possível assistir a uma cena deste filme (o) que mostra justamente o oposto: ainda que o som não seja tão visceral quanto o *punk*, trata-se de uma dura e clara crítica ao *status quo*.

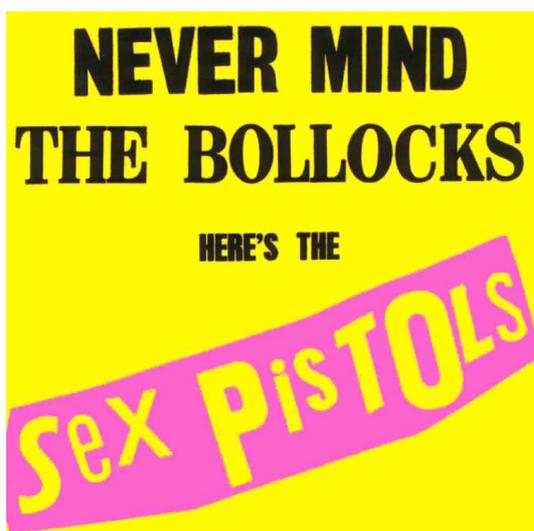


Fig. 24 – “*The Wall*” (1982): crítica do Pink Floyd ao *status quo*.⁸³

A banda norte-americana Ramones, embora seja um ícone da cultura *punk*, por diversas vezes apresentou canções com um caráter muito mais pop/comercial do que contestador. Canções como “*I Wanna Be Sedated*”, “*Pet Sematary*” e “*Poison Heart*” (o) ilustram bem esta questão. Isso sem contar que os Ramones integram o quadro de artistas *punks* que assinaram contrato com grandes gravadoras. Os Sex Pistols também foram lançados por *majors*. Por outro lado, debocharam da cultura elitista, como pode ser comprovado através da audição de sua releitura promovida para a canção “*My Way*” (o), originalmente lançada pelo cantor Frank Sinatra (o).

Existe uma constância identificada nos materiais consultados sobre o Movimento *Punk*: o álbum “*Never Mind The Bollocks*” (1977) dos Sex Pistols é apontado como uma das obras mais importantes e expressivas desse movimento.

⁸³ Fonte: <<http://renangoulart.files.wordpress.com/2009/06/pink-floyd-another-brick-in-the-wall-0-03-35-328.jpg>> acesso em 05/02/2010



Álbum do Sex Pistols foi um marco para a geração *punk*.

Fig. 25 – Capa do álbum “*Never Mind Bollocks*” (1977) dos Sex Pistols.
Reprodução



Fig. 26 – *punks* ⁸⁴

Como observarei adiante quando falar mais detalhadamente sobre as reconfigurações, ficará evidenciado a importância não só do *Punk*, mas como da *Pop Art* e do Dadaísmo para a produção musical contemporânea. A última colocação desde sub-capítulo diz respeito aos reflexos pré e pós *Punk* no que tange ao aspecto visual dos artistas. Bandas como Kiss e New York Dolls foram os precursores da estética visual “chocante” do *Punk* (lembrando que anteriormente os Futuristas já pregavam esse tipo de posicionamento). A estética visual e a sonoridade *punk* influenciaram a geração seguinte dos anos 1980 (com o estilo gótico – aonde a banda The Cure ilustra bem o caso) e 1990 com os movimentos *Grunge* e *Emo Punk (G)* e até artistas pop nos anos 2000.

⁸⁴ Fonte: <<http://espaciocritico1.files.wordpress.com/2008/05/punk04.jpg>> acesso em 28/01/2010.

Na página seguinte, apresentarei uma pequena ilustração ⁸⁵ desses reflexos no Brasil e em outros países, através de dez recortes, passando pelas décadas de 1970, 1980, 1990, 2000 e 2010. Posto isso, passarei ao último sub-capítulo da primeira parte deste estudo, no qual analisarei o álbum “*Sgt. Peppers*” dos Beatles ⁸⁶ .

⁸⁵ Elaboração: (PALUDO, 2010).

⁸⁶ Os Beatles também contribuíram para os alicerces da sonoridade *punk*. Um exemplo é a faixa “*Helter Skelter*” (♪) lançada no “*White Album*” (Álbum Branco) originalmente em 1968.

DÉCADA DE 1970



1



3



4



5



6



7



2

DÉCADA DE 1980

DÉCADA DE 1990



8

DÉCADA DE 2000



9



10

Legendas e fontes da ilustração anterior:

- (1) Kiss
<<http://i63.photobucket.com/albums/h148/NYMetalMeister7569/beaeac9e.jpg>>
- (2) Secos e Molhados
<http://4.bp.blogspot.com/_F1eH_6RZIGs/SUBSgc_4mzI/AAAAAAAAABKc/juytR9wzMR4/s400/Secos_detalhe1.jpg>
- (3) Joelho de Porco
<<http://i31.tinypic.com/4vgz7c.jpg>>
- (4) Syd Vicious (Sex Pistols)
<<http://www.musictimes.com.au/images/sid-vicious1.jpg>>
- (5) Alice Cooper
<<http://blackliberal.files.wordpress.com/2009/05/alice-cooper.jpg>>
- (6) The Cure
<http://baroqueinhackney.files.wordpress.com/2008/11/the_cure.jpg>
- (7) Supla
<http://oglobo.globo.com/blogs/arquivos_upload/2008/01/48_1645-supla.JPG>
- (8) Nirvana
<<http://melhordorock.web-blog.zip.net/images/nirvana.jpg>>
- (9) My Chemical Romance
<<http://www.rtvchannel.tv/wp-content/uploads/2008/12/my-chemical-romance-1.jpg>>
- (10) Lady Gaga
<http://userserve-ak.last.fm/serve/_/13337373/Lady+GaGa.jpg>

* Todas as imagens, acesso em 28/01/2010.

4. SGT. PEPPERS: TRAÇOS CONTEMPORÂNEOS E NARRATIVA MUSICAL

tags: semiótica, narrativa, *mashup*



Fig. 27 – George Martin ⁸⁷



Fig. 28 – “Sgt. Peppers” (logotipo)

“Com Sgt. Pepper os Beatles levantaram um espelho para o mundo e nele o mundo viu um reflexo brilhante de seu próprio caleidoscópio.” (George Martin – Produtor Musical, 1995)

Nesse momento, vou trazer para este estudo um recorte sobre um dos álbuns mais importantes da história da produção musical, procurando compreender a sua influência nas produções atuais: “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*” dos Beatles. Apresentarei um relato baseado em um dos atores sociais mais importantes dessa obra: o produtor George Martin (1995), já citado no sub-capítulo que abordou a questão da

⁸⁷ Fontes: Imagem George Martin

<http://foodforyouears.hautetfort.com/images/medium_beatles_george_martin.3.jpg> acesso em 27/01/2010. Imagem logotipo “Sgt. Peppers” (Reprodução).

produção musical. Ele será nosso autor base, assim como André Lemos (2004), Barry Miles (2000), Lúcia Santaella (2005) e José Miguel Wisnik (1989).

4.1. CONTEXTO HISTÓRICO

Há mais de 40 anos atrás, o mundo acompanhou o nascimento de uma obra artística considerada pela crítica e pelo público como sendo uma das mais emblemáticas e significativas do século XX: o álbum musical do grupo Beatles intitulado “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*”. Contextualizando,

O rock dos anos 60, junto com a campanha por direitos civis, o movimento contra a Guerra do Vietnã e a vontade geral de experimentar maconha e LSD deram à juventude uma nova sensação de poder; esse momento – quando havia uma real mudança nas opções de como a vida poderia ser desfrutada e de como se poderia resistir ao sistema – era uma época de promessas, mas também de dúvidas e riscos; nenhuma obra tinha ainda personificado essas novas sensações comunitárias, idéias e forma de fazer arte; nenhuma até Pepper, (ROLLING STONE, 2007, p. 99)

Conforme relatos do próprio George Martin – produtor musical responsável pelo álbum – “No dia 1º de junho de 1967 ouviram o soar do clarim, o som máximo de uma geração, um álbum arrasador, sinfonia hippie nº 1. Era o verão da paz e do amor” (MARTIN, 1995, p.11). Segundo a Revista Rolling Stone: “Os alucinógenos podem ter influenciado, mas também a ambição de liberdade e experimentalismo – idéias centrais nos anos 60: a natureza do momento era descobrir novas possibilidades.” (ROLLING STONE, 2007, p. 99)

Para que eu possa iniciar adequadamente o processo de análise é importante entender as origens e motivações que catalisaram o processo criativo em questão. Em 1966, retornando a Londres – após uma viagem pela França na qual passeou disfarçado para evitar tumultos decorrentes de uma mega-exposição e fama sem precedentes – Paul McCartney refletiu concluindo que

[...] a liberdade que provara ao viajar disfarçado lhe dera a idéia de criar uma nova identidade para os Beatles: deixando de ser os Fab Four, poderiam tentar alguma coisa nova, fazer experiências e mostrar aos fãs que o conjunto chegara à idade madura. (MILES, 2000, p. 374)

Conforme relatos do próprio McCartney a Barry Miles (2000), os Beatles estavam cansados de ser os Beatles. Devido à histeria coletiva dos fãs (movimento denominado Beatlemania) durante as apresentações, e levando-se em conta que na década de 1960 os equipamentos de som utilizados nas apresentações ao vivo possuíam capacidade de pressão sonora limitada, quando atuavam, os Beatles não conseguiam se escutar, pois o ruído gerado pela audiência era superior ao produzido pela banda. Essa frustração foi o embrião de “*Peppers*”. Conforme relato de Paul McCartney, compositor do grupo:

Estávamos cansados de ser os Beatles. A banda não conseguia se ouvir nos shows por causa da gritaria que se impunha com mais pressão sonora do que o próprio som gerado pelo grupo. Realmente detestávamos aquela maldita coisa de nos considerarem meninos, os quatro Mop Tops. Não éramos garotos, éramos homens crescidos. Estávamos ligados na maconha e nos achávamos artistas e não apenas intérpretes... Tive uma idéia e pensei: vamos desenvolver outros alter-egos para não ter que projetar as pessoas que conhecemos. Seria uma coisa muito mais livre. O realmente interessante seria assumir a imagem dessa outra banda. Poderíamos dizer: como outra pessoa cantaria isso? Assim, tive essa idéia de dar alter-egos aos Beatles simplesmente para conseguir outra abordagem, de modo que, quando John (Lennon) ou eu fôssemos ao microfone, não seria John ou eu quem cantávamos, mas os membros de tal banda. Seria uma libertação. Achei que podíamos aplicar essa filosofia a um álbum inteiro: com aquela banda alter-ego, não seríamos nós a apresentar a música, não seriam os Beatles, seria a outra banda, e conseguiríamos perder nossa identidade nesse processo. (MILES, 2000, p. 374-375)

Geroge Martin relata que, em uma época na qual o público estava ansioso por novidades, até o lançamento desse álbum, nada parecido havia sido ouvido antes:

Pepper abriu uma fenda no coração do pop britânico; muitos o vêem como um divisor de águas. Os Beatles colocaram um ponto de interrogação sobre o que todos os demais estavam fazendo. A pergunta era: vocês estão fazendo música ou somente dinheiro? (MARTIN, 1995, p.12)

Uma vez que a banda “deixava” de ser os Beatles para se transformar na “Banda dos Corações Solitários”, esta metamorfose propiciava

[...] fazer um pouco de B. B. King, um pouco de Stockhausen, um pouco de Ravi Shankar, um pouco de *Pet Sounds* (em referência ao aclamado álbum da banda *Beach Boys*), um pouco de The Doors, qualquer coisa. Já não havia a compartimentação que existia antes. A idéia os libertou de sua imagem pública e permitiu que seguissem um caminho novo e desobstruído; deu-lhes o distanciamento necessário. (MILES, 2000, p. 378)

Ainda, segundo a revista Rolling Stone,

Eles (a banda) queriam distância da imagem que haviam criado. Assim sendo, decidiram não ser eles mesmos, inventando identidades e obras dentro do conceito de uma banda formada por alter-egos que estavam gravando um disco. Tudo em relação ao disco deveria ser imaginado a partir da perspectiva dessas pessoas, assim não precisavam ter ligação direta ou indireta com os Beatles. (ROLLING STONE, 2007, p. 99)

Estes recortes começam a fornecer as primeiras pistas para o que vou desenvolver a seguir.

4.2. BEATLES E AVATARES



Fig. 29 – Beatles: *avatares* de si mesmos? ⁸⁸

Quando os Beatles criaram seus alter-egos no final dos anos 1960, não partiram do conceito de *avatar* para fazê-lo. Assim, vou avançar no tempo, explicando este conceito para depois relacionar com o que ocorreu naquela ocasião. Sob o ponto de

⁸⁸ Fonte: <http://www.cosmofineart.com/HG_SgtPepper.jpg> acesso em 25/01/2010

vista dos computadores e dos jogos digitais, Sherry Turkle (1997/2005) apresenta a idéia de que os computadores não são meras ferramentas de trabalho, mas também permitem a exploração do mundo interior das pessoas (o que ela vai chamar de “*self*”). Os *games* atuais, cada vez mais sofisticados, possibilitam aos jogadores que assumam identidades fictícias, seja simplesmente utilizando um novo nome (*nickname*) ou metamorfoseando outras categorias como gênero, idade, etc. Conforme Kafai et al (2007), hoje estes jogadores criam suas representações *online* denominadas *avatares*. Estes *avatares* podem utilizar-se da computação gráfica que torna possível customizar – isto é, elaborar uma construção personalizada e particular que permite diferenciação – similar ao que os Beatles fizeram em 1967. Assim, segundo Ducheneaut et al (2009), os *avatares* – corpos virtuais criados pelos usuários para projetar sua identidade no mundo – possibilitam uma interação social mediada. Fazendo o contraponto com uma matéria jornalística:

O *avatar*, não é palavra nova. Só foi difundida em larga escala agora, que o Second Life virou papo de botequim. Em informática, a palavra significa *a representação gráfica de um utilizador em realidade virtual*. Ou seja, é a cara (face, identidade) que um internauta ou jogador de *games* assume quando resolve se representar — ou a outras pessoas ou coisas — em território cibernético, não necessariamente no ciberespaço. Os *avatares* fazem parte do mundo da tecnologia desde que nasceram os jogos eletrônicos. Mas o conceito de *avatar* permeia diversas outras atividades. Oriunda do sânscrito, a expressão *Avataara* (que quer dizer *descendente*) no hinduísmo significa *encarnação dos deuses, em forma mortal humana ou animal* ou ainda, *manifestação corporal de um ser imortal*. Podemos, assim, chegar à conclusão de que nossos *avatares* são não só nossas representações gráficas como nossos descendentes, só que em outro universo. No caso dos usuários do Second Life, os *avatares* são representações deles mesmos, só que naquele universo paralelo em particular. (MONTEIRO, 2007, online – grifos do autor)

Comparando os conceitos expostos anteriormente e a matéria jornalística com a proposta artística levantada pelos Beatles, é possível traçar-se um paralelo e inferir que “*Pepper*” seria similar ao Second Life ⁸⁹ e que a utilização dos alter-egos para compor a “Banda dos Corações Solitários” na verdade seria viabilizada pelos “*avatares*” dos quatro membros da banda. Como estavam cansados dos shows em excesso, decidiram desenvolver um álbum como mimeses de seus shows. Assim sendo, quem sairia em tournê seria o álbum e seus *avatares* e não mais a banda, fisicamente. O álbum seria uma simulação, uma representação virtual dos shows. Assim como muitos internautas

⁸⁹ *Game* que utiliza recursos tridimensionais de computação gráfica, popular em meados de 2006, no qual os jogadores poderiam interagir utilizando-se de *avatares* como mediadores. (nota do autor)

se utilizam da tecnologia do Second Life para viverem (em “segurança”, sendo esta garantida pelo aparente anonimato que um *avatar* pode conceder), os Beatles buscaram não só uma liberdade artística, mas, como descrito anteriormente, pessoal (pode-se entender aqui uma busca pelo experimentalismo “sem culpas”, tendo em vista que se algo desse “errado” no decorrer ou ao final do processo criativo e produtivo, a “culpa” recairia sobre os *avatares* e não sobre a banda em si). Cabe aqui uma comparação trazendo esses questionamentos para a atualidade. É visível que muitos internautas participam da *web* através de diversas interfaces mediadoras. Temos como exemplo, Multiply, Orkut, Myspace, *blogs*, *fotologs*, *chats*, MSN Messenger, Last FM, Second Life e uma infinidade de outros meios e plataformas. O que não pode ser esquecido é que por mais que as pessoas venham a assumir outros papéis nesse contexto, o somatório dessas participações é o reflexo do que pode-se denominar como “*Múltiplos EUs*”, pois por mais distanciamento que se pretenda, traços de sua personalidade e do seu ser ainda farão parte desse jogo simulado (constituindo o *self* já citado). Portanto, embora tenha-se a idéia de que os compositores e intérpretes de “*Pepper*” foram a “Banda dos Corações Solitários”, não pode-se esquecer que por trás disso estavam os quatro integrantes originais dos Beatles.

Lendo o testemunho do produtor do álbum é possível observar que embora a idéia fosse empolgante e potencialmente passível de execução, dúvidas pairavam no ar. Séria comercialmente viável? Poderia substituir a experiência da apresentação ao vivo (já que o grupo se sentia desconfortável durante a sua realização)? Os fãs aceitariam a idéia? Nas palavras de Martin:

Sgt. Pepper foi a música que engatilhou toda a idéia do álbum tornar-se *conceitual*. De uma estranha maneira, deve ter sido o próprio Elvis Presley quem inspirou a idéia. Parece que uma vez ele enviou seu Cadillac para uma tournê, sem acompanhá-lo. Aquela maluquice era algo que os Beatles curtiam, uma idéia que semeada, acabou por germinar em suas cabeças. Por que não fazemos um álbum que seja um show e mandamos o disco fazer as tournês, em vez de sairmos nós mesmos por aí? (MARTIN, 1995, p. 75)

Martin prossegue em seu relato:

Havia uma coisa sobre a qual os Beatles estavam absolutamente determinados. Cada elemento desse álbum deveria adicionar algum valor ao projeto como um todo: as músicas, a capa, a produção técnica, tudo teria que desempenhar um papel na feitura de algo inteiramente diferente. Daí a revolucionária capa dupla, com as letras das músicas impressas pela primeira vez, o preço alto e o esforço de fazer a fotografia da capa, o tempo sem precedentes, o cuidados e os gastos na produção técnica. (MARTIN, 1995, p.76)

A relação Beatles *versus* *avatares* não se resume ao descrito anteriormente. Analisando mais a fundo a história da gravação desse álbum, outros dados surgem e reforçam o exposto. Para a gravação de partes orquestradas da faixa “*A Day in the Life*”, um time de quarenta e um músicos de orquestra sinfônica foi contratado como *free lancer*. Conforme relatos do produtor Martin,

Fiquei na sala de controle (gravação) com os técnicos cerca de dez minutos. Quando voltei ao estúdio, a festa já tinha começado. Os Beatles passaram pela orquestra vestida a caráter (isto é, com roupas de gala, seguindo as normas de protocolo adotadas pelo estilo clássico), distribuindo-lhes adereços de carnaval. Erich Gruenberg, líder dos segundos violinos, segurava o arco com uma pata de macaco e usava óculos multicoloridos de papel. David McCallum, líder da Filarmônica de Londres, estava usando um enorme nariz vermelho. Um balão preso no final do fagote subia e descia na cadência da música. Eu olhei aquilo e comecei a rir. Era uma orgia. (MARTIN, 1995, p. 71)

Aqui é possível observar-se que não só a banda adotara uma identidade paralela, mas que, ao distribuírem os adereços aos músicos da orquestra, estavam promovendo um clima lúdico e, simultaneamente, criando *avatares* para a própria orquestra acompanhante. Indo além, nota-se inclusive traços de outro termo atual, agora relacionado ao campo da moda: customização. Prova de sua atualidade e interesse pode ser percebida na matéria abaixo:

Moda e identidade sempre caminharam juntas, mas desde a última edição da São Paulo Fashion Week, em junho de 2001, não se fala de outra coisa: customização – a celebração da individualidade. Qual a grande novidade em torno desse fenômeno de moda e sua origem? Talvez ajude, começar entendendo que a palavra em português, a rigor, nem existe, e representa a corruptela da expressão em inglês *custom made*, que por sua vez, significa *feito sob medida*. Assim, esclarecendo uma confusão que vem sendo feita, a palavra não provém do substantivo *customer*, ou cliente, em inglês, mas sim do verbo *to customize*, que significa exatamente adaptar um produto às necessidades particulares de cada consumidor. Portanto, individualização, e não *clientização*. Esta personalização da moda, como a customização vem sendo definida, representa o amadurecimento de um conceito que começa a ser gestado ainda na década de 90 – *o de estilista de si próprio* – cuja importância está na reorganização das relações entre consumidor e mercado, até então tradicionais no sistema da moda. Com a pulverização de estilos que passa a existir nessa época, a própria idéia de tendência, é posta em xeque. E a moda, tradicionalmente um fenômeno quantitativo e massificador, definido pela estatística *como o elemento mais freqüente de uma mostra*, passa então de homogenizadora à uma das maiores produtoras de subjetividade dos nossos tempos. O que acontece é que, ao longo dos anos 90, esse desejo de pertencer a um grupo, até então o apelo maior na construção da imagem, é substituído por uma nova sensibilidade, que se concentra no indivíduo. A importância das subculturas ou tribos urbanas, fenômeno dos anos 80, diminui e em lugar do grupo aparece o sujeito. (BARROS, 2007, online – grifos do autor)

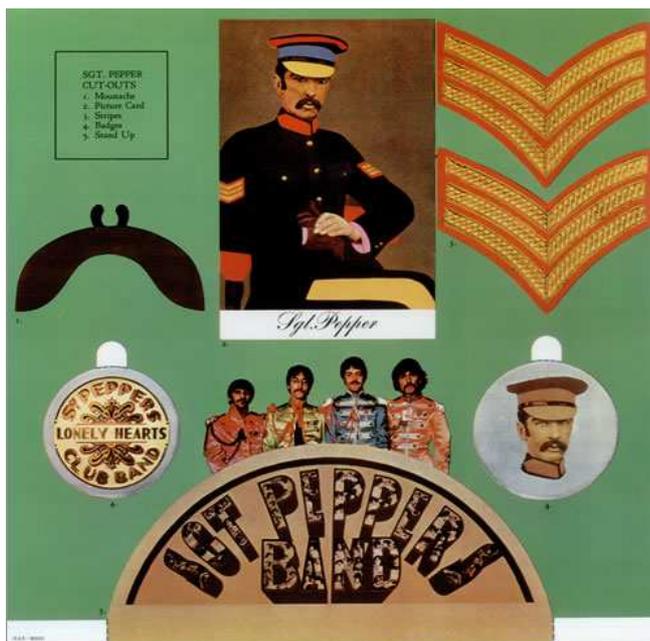


Fig 30 – Beatles e a customização: seja você mesmo um integrante da “Banda dos Corações Solitários”.⁹⁰

Como pode-se visualizar na imagem acima, encartado na arte do álbum, adereços lúdicos estavam disponíveis para que os fãs pudessem recortá-los e também tomar parte da “Banda dos Corações Solitários”. Este sentimento de participação coletiva, do *estar junto* (MAFESOLLI, 1988) se mostra claro nesta proposta.

4.3. BEATLES E A ATUALIDADE

Conforme abordei no início desse sub-capítulo e anteriormente sobre os movimentos de contracultura, o desejo de uma liberdade libertadora – que privilegiava o indivíduo em prol do coletivo – era um traço marcante no final dos anos 1960. Ou seja, todos têm o direito de se expressar e criar coisas positivas em benefício da harmonia coletiva. Através dessa abordagem, pode-se estabelecer um forte elo de ligação com estes dados históricos do passado e o ideal atual encontrado na cibercultura e *web 2.0* (a chamada internet participativa e colaborativa). Conforme André Lemos (2004) relata em seu livro intitulado “Cibercultura”, noto que o posicionamento sugerido por algumas correntes ligadas ao estudo das relações no mundo virtual da internet têm origem nos mesmos ideais que fomentaram a criação de “*Pepper*”. Segundo Lemos

⁹⁰ Fonte: <<http://eil.com/Gallery/159484b.jpg>> acesso em 22/01/2010

(2004), ocorrem mudanças nos campos da emissão, conexão e reconfiguração. No caso da emissão, refere-se a produzir e distribuir informações sem editor (tendo como exemplos os *softwares* livres, *blogs*, *podcasts* (**G**), etc). A conexão diz respeito ao compartilhamento, distribuição e circulação de informações através da liberação do pólo emissor, uma vez que todos nós podemos assumir este papel (que em tempos passados encontrava-se restrito à *mass media*⁹¹). Essa libertação é propiciada pela difusão em rede, promovendo uma reconfiguração da cultura, segundo a qual todos são incentivados a darem sua parcela de contribuição para modificar a cultura vigente. O conceito já visto da bandeira do Movimento *Punk* da década de 1970 “Faça Você Mesmo” também pode ser associado com os anseios lançados pelo movimento de contracultura no final da década de 1960, que conforme constatação baseada nos dados expostos anteriormente, tem uma clara relação com os propósitos levantados pelos Beatles em seu álbum.

4.4. PROCESSOS DE SIMULAÇÃO

Algumas informações podem ser observadas para reforçar a idéia-mãe de ruptura estética, artística e social: “O som inicial do álbum, com uma guitarra estridente cortando a pompa de uma banda de sopros antiquada, era o anúncio da mudança: o velho estava dando passagem para o novo.” (ROLLING STONE, 2007, p. 101) (o). A banda deixou claro “desde o começo que tinham entrado em uma era diferente, que os jovens agora eram livres para se auto-inventarem em termos completamente novos.” (ROLLING STONE, 2007, p. 101). Como o próprio Martin complementa⁹²:

Você põe o disco para tocar e ouve a platéia; depois escuta a banda se preparando e o show começa com a faixa-título. Ela por sua vez conduz ao solo da primeira estrela, com o personagem (*avatar*) Billy Shears cantando sua música (neste caso, referindo-se à canção *With a Little Help From My Friends* e ao nome do *avatar* adotado por Ringo Star). Depois que ele termina, aquele show, aquele mundo em que tínhamos entrado desaparece e somos levados a um outro completamente estranho, um mundo de pés de tangerina e céus de geléia (referindo-se à *Lucy In The Sky With Diamonds*). É só no final que o tema original do show retorna (referindo-se à *Sgt. Peppers Reprise*), quando você ouve a banda se preparando novamente e os murmúrios do salão. Aquela *reprise* quase nos convence de que estivemos ouvindo uma apresentação perfeita e coerente, quando na verdade ouvimos uma série de pequenos shows, cada qual com sua própria personalidade. (MARTIN, 1995, p. 76-77 – grifos meus e do autor)

⁹¹ Meios tradicionais de comunicação de massa como as grandes emissoras de TV e rádio.

⁹² Algumas citações de Martin são extensas, pois julguei necessário a sua transcrição como testemunho do processo – histórias de vida. (nota do autor)

Continuo com o relato de Martin que ajuda a compreender o fenômeno:

A canção título (que abre o disco) é realmente um bom rock no estilo antigo, mas empurra as pessoas para dentro do álbum com sua ilusão de show ao vivo. Ao incluir os efeitos sonoros de aplauso, de preparação e todo o resto, tentamos pintar uma cena: uma cortina subindo e a visão da banda no palco. Estávamos tentando mais uma vez criar a ilusão de poder fechar os olhos de cada espectador e fazê-lo ver um filme, criado pela música. A banda do Sgt. Pepper estava realmente lá, arrebatando para nós. Tivemos que ir aos extremos para convencer as pessoas – usando vários efeitos sonoros – de que estávamos realmente ouvindo um show ao vivo. Colocamos aquele maravilhoso *silêncio* da platéia antes do início da apresentação, acrescentamos aplausos e risadas, e assim por diante. Para isso, usei uma gravação que fizera de uma apresentação de *Beyond the Fringe*, uma comédia que vira no *Fortune Theatre* de Londres, em 1961, estrelada por Peter Cook, Dudley Moore, Alan Bennett e Jonathan Miller. Muito do clima foi inspirado naquele show, mas os sons de *aquecimento* (músicos afinando e aferindo seus instrumentos musicais) vieram da gravação da orquestra de *A Day In a Life*, realizada em 10 de fevereiro de 1967. (MARTIN, 1995, p. 77 – grifos do autor)



Fig. 31 – Beatles e George Martin durante as gravações do álbum⁹³

⁹³ Fonte:

<http://oglobo.globo.com/blogs/arquivos_upload/2007/05/41_2839-sgt%20peppers%20em%20estudio.jpg>
acesso em 20/01/2010.

4.5. BEATLES, NARRATIVA E AS TRÊS MATRIZES

O foco deste estudo não é a análise de discurso nem a construção narrativa. Porém, uma das premissas exigidas de um bom produtor musical e que ele deve estar apto a auxiliar o artista na construção de uma narrativa, no caso específico, a musical. Portanto, julgo oportuno abordar o que segue. Em uma passagem de seu livro sobre “*Pepper*”, George Martin (1995) fornece mais dados que ajudam a compreender alguns dos objetivos desta obra artística. Os Beatles se cercaram de todos os recursos humanos, tecnológicos e materiais disponíveis para “fazer uma canção narrar” (MARTIN, 1995). Seria isso possível?

Para que possa chegar a conclusões satisfatórias acerca do caráter narrativo presente em um álbum musical, abordarei algumas questões levantadas por Lúcia Santaella. Santaella (2005) propõe um elo entre narrativa e o que ela denomina como as “matrizes da linguagem e pensamento”. Segundo a autora, existem três matrizes da linguagem e pensamento, que vão estruturar todas as narrativas:

- 1 - Matriz Sonora - eixo da sintaxe
- 2 - Matriz Visual - eixo da forma
- 3 - Matriz Verbal - eixo do discurso

Entende-se por sintaxe, “o modo pelo qual elementos se combinam para formar unidades mais complexas. A sintaxe pressupõe a existência de elementos (objetos) a serem combinados, formando frequentemente um alfabeto ou um vocabulário.” (SANTAELLA, 2005, p. 112). Para Santaella, as matrizes estão relacionadas à percepção e esta aos sentidos humanos. Conforme Santaella:

[...] A grande explosão do estruturalismo lingüístico também foi provocada por sua expansão para o campo semiológico nos anos 60 e 70, quando os conceitos lingüísticos passaram a ser aplicados aos mais diferenciados sistemas de linguagem: literatura, artes visuais, música, quadrinhos, vestuário, cinema, teatro, televisão etc. Com isso, a semiologia colocou à mostra que as formas de codificação e de comunicação humanas não se restringem apenas à linguagem verbal, oral ou escrita, mas abrangem todos os tipos de sinais e signos que operam no seio da vida social, tornando possível a comunicação e a cultura. (SANTAELLA, 2005, p. 97).

Sobre a música, a autora aponta: “[...] A música tem as características de uma sintaxe discursiva, quase dissertativa, vindo daí a expressão *discurso musical*, utilizada com

tanta frequência especialmente no contexto da música tonal.” (SANTAELLA, 2005, p. 115 – grifos da autora).

Seguindo a linha de raciocínio da autora, as tensões e relaxamentos existentes na composição musical, utilizando-se de recursos técnicos e composicionais (melodia, timbragem, harmonia, etc) ajudam a construir sintaxes narrativas. Como pode-se observar:

[...] A música sempre teve na sintaxe sua chave-mestra. Na música tradicional, a sintaxe estava prescrita pelas convenções dos seus sistemas de apoio. Entretanto, cada compositor faz uso diferencial e idiossincrático dessas convenções, sendo capaz de transgredi-las tendo em vista a liberdade criadora na exploração do potencial que os sistemas apresentavam. Nessas transgressões, foram deixadas as marcas que cada compositor imprimiu na sua própria sintaxe. Quando a música se libertou do suporte das escalas, das formas históricas, tonalidades etc a sintaxe emergiu com proeminência como o nó górdio da música contemporânea. Hoje, cada estúdio de música eletroacústica é um laboratório de sintaxe e cada composição que é nele produzido, um tubo de ensaio sintático. (SANTAELLA, 2005, p. 116)

Voltando à questão das três matrizes, pode-se observar a presença de todas elas em “*Pepper*”, estabelecendo uma relação de soma para construção e produção de sentido. A matriz sonora está representada por todos os sons musicais, silêncios e ruídos que compõe o álbum (incluindo as interpretações vocais dos cantores). A matriz visual pode ser observada na capa do álbum. Já a matriz verbal é identificável nas letras das canções. Dessa forma, cada matriz contribui a seu modo com a construção do todo, sendo que ocorre uma inter-relação profunda em cada um destes três campos, pois todas são vitais para reforçar a construção conceitual da obra. No entanto, a música também se presta como elemento construtor das chamadas “imagens mentais”. Isto fica claro observando-se o que segue:

Na medida em que os Beatles começaram a pisotear nos modelos convencionais da música popular, tive mais liberdade para fazer o que gostava: experimentar, construir retratos sonoros, criar atmosferas para uma música. Criar atmosferas e retratos sonoros, esse era o meu negócio. (MARTIN, 1995, p. 94)

Prosseguindo nessa linha de raciocínio,

O poder de comover as pessoas, leva-las às lágrimas ou às risadas, à violência ou à simpatia, é o atributo mais forte que qualquer arte pode ter. Nesse sentido, a música é o principal agente: seu apelo às emoções é o mais direto entre todas as artes. A música requer mecânica, gente batucando, soprando, raspando ou arranhando. Mas no final é intangível, é sonho. Não se pode apalpar a música, não se pode vê-la. Pode-se até pensar que é possível visualizá-la na partitura, mas é apenas um pedaço de papel. A música não existe sem o tempo e um bom par de ouvidos receptivos. (MARTIN, 1995)

Santaella complementa esta idéia: “A música é um dos poucos tipos de signos cujo processo interpretativo pode parar no nível das qualidades de sentimento, pois esse nível já é suficiente para que a semiose ou ação do signo se instaure.” (SANTAELLA, 2005, p. 109-110)

Mesmo que saiba-se que a música está diretamente relacionada à matriz sonora, no momento em que são fornecidos elementos musicais (e, no caso de “*Pepper*”, como descrito anteriormente, os ruídos – efeitos sonoros – tiveram um papel fundamental neste sentido) ao ouvinte, ele pode projetar uma matriz visual imaginária através destes estímulos sonoros. Conforme Wisnik (1989) aponta, a música se constitui de um jogo entre o som e o ruído. Daí a importância dos ruídos para a construção simbólica do álbum. Todavia, não só o som, silêncio e os ruídos podem contribuir para isso. Análogo ao que ocorre na literatura (em que a matriz verbal sugere a elaboração mental da matriz visual), as letras das canções desempenham papel importante neste sentido. Observemos a seguir a letra de uma canção do álbum (o) (em sua versão original extraída do LP⁹⁴ acompanhada de uma tradução livre realizada por mim):

⁹⁴ Beatles, The. *Sgt. Peppers Lonely Heart Club Band*. LP. Brasil: EMI, 1985.

LUCY IN THE SKY WITH DIAMONDS (Lennon / McCartney © 1967)

Pinte-se num barco em um rio com árvores de tangerina e céus de marmelada Alguém o chama, você responde muito lentamente Uma garota com olhos de caleidoscópio	Picture yourself in a boat on a river, With tangerine trees and marmalade skies Somebody calls you, you answer quite slowly, A girl with kaleidoscope eyes
Flores de celofane amarelo e verde surgindo sobre sua cabeça Procure a garota com o sol nos olhos e ela se foi	Cellophane flowers of yellow and green, Towering over your head Look for the girl with the sun in her eyes, And she's gone
Lucy no céu com diamantes	Lucy in the sky with diamonds
Siga-a até uma ponte por uma fonte Onde pessoas-cavalo-de-pedra comem tortas de marshmallow	Follow her down to a bridge by a fountain Where rocking horse people eat marshmallow pies
Todos sorriem quando você vagueia pelas flores que crescem de forma tão inacreditável	Everyone smiles as you drift past the flowers, that grow so incredibly high
Táxis-de-jornal aparecem nas orlas Esperando para levá-lo por aí Suba nas costas com sua cabeça nas nuvens e você se foi	Newspaper taxis appear on the shore Waiting to take you away Climb in the back with your head in the clouds, And you're gone
Lucy no céu com diamantes	Lucy in the sky with diamonds
Pinte você mesmo em um trem numa estação com porteiros de plasticina usando gravatas de vidro De repente alguém está na catraca A garota com olhos de caleidoscópio	Picture yourself on a train in a station, With plasticine porters with looking glass ties, Suddenly someone is there at the turnstile, The girl with kaleidoscope eyes

Esta faixa foi destacada, pois apresenta um claro exemplo de elipse verbal (elemento importante dentro de qualquer narrativa), sendo esta uma técnica em que palavras substituem imagens e sons. Cabe ressaltar também que o homem é um ser imaginativo. Assim sendo, textos nos remetem a imagens mentais e elas é que nos remetem ao real, ainda que muitas das imagens sugeridas na letra em questão sejam ficcionais/irreais/poéticas (como “céus de marmelada”, por exemplo). Analisando a letra em questão, é possível observar-se várias figuras de linguagem que sugerem imagens mentais. Santaella complementa:

É muito comum a analogia da melodia com as palavras de uma sentença. A sucessividade das diferentes alturas e durações das vogais constitui-se na primeira forma melódica produzida pelo homem. Outro nível de analogia da melodia com a fala está no fato de que, como as palavras numa sentença, as notas de uma melodia formam uma idéia musical completa. Para captar o sentido de uma sentença verbal, precisamos lembrar das palavras na sua ordem consecutiva. É por isso que a apreensão de uma linha melódica não se dá nota por nota, mas em um todo pregnante, do mesmo modo que as palavras em uma sentença não são apreendidas separadamente, mas na sua relação com o todo do pensamento. (SANTAELLA, 2005, p. 173-174)

Seja como for, um álbum acaba por contar uma história e o conjunto de álbuns, também. No caso do Rock Progressivo, esse recurso é amplamente utilizado através dos chamados “*álbuns conceituais*”. Álbuns dessa natureza tratam de um tema específico que é desenvolvido ao longo das canções (pode ser um tema como amor, morte, dor, solidão ou então estar centrado em algum personagem fictício ou real). Fazendo uma analogia, cada canção funciona como um capítulo de um livro. Ou seja, ao fim da audição, o público terá elementos suficientes para “ler” uma história com início, meio e fim bem definidos. Mesmo que a proposta inicial não seja trabalhar um único tema conceitual, a fim de reforçar o caráter narrativo e a produção de sentido, o produtor pode orientar o artista para que o álbum “conte uma história”. Ruídos, silêncio, melodias, harmonias e timbres compõe a paleta de cores que músicos e produtores utilizam para transcrever uma emoção em som. Através de alguns artifícios, pode-se fornecer ao ouvinte/receptor códigos universais e/ou particulares, adaptados para que o mesmo leia a mensagem musical. Em produção musical, pode-se entendê-los como “*Códigos Musicais de Representação*”. As frases musicais correspondem às frases da linguagem falada. Assim como constrói-se o sentido através da articulação das letras para formarmos palavras e conseqüentemente frases, na música utiliza-se as notas, silêncio e ruídos para construir uma significação. As escalas musicais e suas regras de composição são similares às regras gramaticais. A compreensão e assimilação dos estilos musicais dependem do reconhecimento, leitura e interpretação de determinados códigos sonoros (saber diferenciar, por exemplo, um *reggae* de um *heavy metal*). O músico/compositor assume o papel de emissor; o material sonoro, o de mensagem; e o ouvinte, por conseqüência, o de receptor.

Retomando a análise acerca da canção “*Lucy In The Sky With Diamonds*”, pode-se perceber a utilização das matrizes sonora e verbal como elementos construtores, não só de uma narrativa, como igualmente da matriz visual (lembrando, aqui, que este visual ocorre no plano do imaginário, sendo variável de acordo principalmente com o repertório cultural do ouvinte). Como sugere Martin (1995), produzir um álbum é similar a produzir pequenos filmes sonoros. Segundo ele:

A letra de *Lucy In The Sky With Diamonds* era diferente de qualquer outra coisa já ouvida em música popular, mesmo em *Strawberry Fields Forever*. Etérea, alucinante, cheia de imagens, as mais fortes e coloridas. Combinada com aquela música do outro mundo, as palavras surrealistas nos levaram direto para um universo de fantasia alucinógena – sem ter que tomar nenhum estimulante. (MARTIN, 1995, p. 132)

Segundo relato de Paul McCartney,

Fui uma tarde à casa de John em Weybridge, como sempre, e a primeira coisa que ele me mostrou foi um desenho que seu filho Julian fizera na escola. Era uma garota flutuando no ar com duas estrelas desenhadas a seu lado. Lá no alto do papel, num garrancho a lápis de garoto de colégio, estavam as palavras *Lucy In The Sky With Diamonds* (Lucy no céu com diamantes). John explicou que Julian tinha uma colega na escola chamada Lucy, e que aquele era o retrato dela. Ele achava aquilo um ótimo título para uma canção e eu concordei. Como todos sabem, foi comentado de um modo geral que a música empregava propositalmente as iniciais LSD no título, mas isso foi algo que só descobrimos depois, e certamente não foi cogitado. Mas a letra era intencionalmente psicodélica. (MARTIN, 1995, p. 132-133)

Martin comenta: “Uma garota com olhos de caleidoscópio, céu de geléia, flores de celofane – aqueles não eram adjetivos muito comuns. Mas eram bem Salvador Dali: arrojados, criativos e surrealistas.” (MARTIN, 1995, p.134)⁹⁵

Outro exemplo de utilização da matriz sonora (nesta caso, principalmente no que tange ao ruído) como elemento construtor da narrativa, é a canção “*Good Morning, Good Morning*” (o):

Para o final de *Good Morning, Good Morning* John teve a idéia de colocar barulhos de animais em seqüência. A idéia era a de que sempre tivéssemos um animal capaz de engolir o animal imediatamente anterior. Para isso, nós usamos o *Volume 35: animais e abelhas* (disco de vinil / biblioteca de efeitos sonoros) do arquivo de efeitos sonoros da EMI. Mixando em estéreo, mais tarde, costumava sentar de frente para o painel de controle (mesa de mixagem) para ficar bem dentro do triângulo estereofônico. Nessa posição, podia ouvir os sons como os planejara, movendo-os pelo campo imaginário que visualizara na música. De repente percebi que, do jeito que estava montando, o cacarejo (da galinha, efeito sonoro final utilizado na faixa) soava como um pequeno ruído que antecedia a reprise de *Sgt. Pepper’s*, quando os rapazes afinavam suas guitarras. Então, ao juntar na edição, transformei o cacarejo no som da corda de guitarra sendo tracionada enquanto era afinada, tentando unificar aquele *gemido* da melhor maneira que pudesse. A galinha *virou uma guitarra*. Aquilo realmente ligou as músicas. (MARTIN, 1995, p. 87 – grifos do autor)

⁹⁵ Surrealismo: movimento artístico surgido no início do século XX na França. Procurava quebrar as barreiras da lógica propondo uma criação “fora do real”, expressando o inconsciente dos sonhos. Salvador Dali foi um dos artistas destacados deste movimento.

Nota-se, também, uma preocupação em quebrar as regras tradicionais, porém, garantindo que essa quebra não prejudique a narrativa:

Uma das minhas principais atribuições com relação aos Beatles, como entendia em 1967, era dar-lhes tanta liberdade quando possível no estúdio, mas sempre me certificando de que durante o processo não sairiam dos trilhos. (MARTIN, 1995, p. 80)

Além disso, a preocupação em criar uma costura entre as faixas componentes do álbum sugere um cuidado em reforçar a narrativa (neste caso, cada canção seria uma sintaxe construtora para o todo).

Embora trate-se de um álbum musical, a matriz visual real (e não a imaginária mental) também recebeu especial atenção e cuidado: segundo McCartney, no que se refere à capa do álbum, Martin (1995) relata que a idéia era se colocar de tudo, o mundo inteiro no encarte. Pessoas com uniformes brilhantes e coloridos seriam a “Banda dos Corações Solitários do Sargento Pimenta”. Assim, os Beatles poderiam ser outras pessoas a olhar a banda. A capa foi composta por fotos de silhuetas de personalidades recortadas em tamanho natural, plantas, suportes e figuras de cera (neste caso, os “Beatles originais”). “O trabalho da capa se integra com perfeição à música do álbum: ambas são tipos de colagem.” (MARTIN, 1995, p. 144) Levando em conta que a capa foi produzida utilizando-se a técnica de montagem fotográfica, deve-se entendê-la como uma imagem técnica, afinal, não pode-se esquecer que a máquina fotográfica é uma máquina que recorta o mundo, produzindo uma imagem técnica, isto é, uma construção planejada, que sofre edição e é artificial. É interessante notar-se que a capa apresenta os protagonistas (ou seja, a banda) em três planos diferentes: no plano mais profundo, pode-se observar os bonecos de cera (facilmente identificáveis, inclusive como “peças de um museu”) que observam o plano intermediário, isto é, a “Banda dos Corações Solitários”. Porém, no plano mais evidente (primeiro plano), pode-se constatar que, na verdade, os rostos da dita “Banda” (*avatares*) são dos próprios John Lennon, Paul McCartney, George Harrison e Ringo Star. Quando McCartney se refere a colocar “o mundo inteiro no encarte”, pode-se traçar uma relação direta com questões que envolvem a cibercultura atualmente. A Wikipedia não nutriria em seu seio um desejo latente de “comportar o mundo inteiro”? Este era, também, o sonho dos enciclopedistas ao longo da história, a possibilidade de criação de um dispositivo de consulta completo

sobre todos os assuntos existentes. Martin comenta sobre o grau de influência de “Pepper” na era contemporânea: “Não poderíamos ter criado um melhor protótipo do futuro.” (ROLLING STONE Apud GEORGE MARTIN, 2007, p. 99). Ou ainda: “No final, Pepper foi uma espécie de catálogo do gênero Beatles. Era como se eles estivessem dizendo *Olhem tudo o que podemos oferecer, todas essas coisas diferentes.*” (MARTIN, 1995, p. 89 – grifos do autor).



Fig. 32 – Arte Frontal: “Sgt. Peppers” (1967). Reprodução.

Quando George Martin (1995) se refere ao termo colagem, pode-se entendê-lo em dois planos distintos: colagens na matriz visual (referindo-se à capa) e na matriz sonora (colagens sonoras, referindo-se às canções do álbum). Alguns exemplos foram apontados durante meu estudo: efeitos sonoros de animais em “*Good Morning, Good Morning*”, efeitos de ambiência na faixa que abre o álbum, etc. Assim como notam-se claramente traços da cibercultura e contemporaneidade no decorrer do álbum, outro conceito atual pode ser observado: a técnica dos chamados *mashups*.

Mashup (G) (que fazendo uma associação livre na tentativa de traduzir seria algo como “triturar”) é um conceito sistematizado por Todd Souvigner. Para Souvigner (2003), pode-se entendê-los como *remixes (G)* não autorizados, justaposições de

materiais antagônicos (unir-se, por exemplo, um *fonograma* de canto religioso ao de um que exalte o satanismo). O autor salienta também que muitas vezes trata-se de um processo lúdico, cômico, um deboche cultural, similar aos realizados pelo movimento do Dadaísmo. Fazendo um contraponto complementar com uma matéria jornalística, a revista gaúcha VOID publicou em sua edição #029 um artigo intitulado “Mashupêra Braba” de autoria de Denise Rosa. Diz a autora da matéria:

[...] *mashups*, aquele estilo de mixagem que cola um monte de músicas uma na outra e que tem em seus mais famosos expoentes os europeus do 2 Many DJs. [...] *Samples*, muitos *samples* de músicas *pop* recortadas e coladas de modo a formar uma outra completamente nova. (ROSA, 2007, p. 64)

Note-se que o *mashup* poderia ser entendido como um desdobramento dos *remixes*. Ampliando a definição contida no Glossário dessa dissertação, *remixes* são músicas produzidas a partir de recortes, porém devem guardar semelhança com aquela que lhe deu origem (e, normalmente, a fonte sonora é sempre formada por fragmentos de uma só canção, acrescidas de elementos musicais criados pelo *remixador/remixer*). Os *mashups* são mais livres, pois pode-se criar uma música nova recombinação diversos fragmentos de diversas canções (isto é, utilizando mais de uma fonte sonora/canção, simultaneamente). Observa-se aí que o conceito de recorte e colagem – traço marcante da atualidade, facilmente observado através da audição de inúmeros artistas contemporâneos – já estava presente em “*Pepper*”. Na verdade, ao analisar-se historicamente a escola da *Pop Art* – que teve Andy Warhol, contemporâneo de “*Pepper*”, como um de seus principais expoentes – será possível perceber *mashups* ou *remixes* (isto é, recortes, sobreposições e colagens de imagens) “atuando” na matriz visual. No caso da matriz sonora, este traço já era percebido na música concreta do início do século XX (só que para poucos, devido ao seu tom de erudição). O que os Beatles fizeram foi trazer e aplicar esse conceito para a Indústria do Disco e para a música pop, transitando livremente entre as três matrizes da linguagem (democratizando e compartilhando, assim como fez a *Pop Art*). A música atual – principalmente a música pop e a música eletrônica – trabalha dessa forma. Recombina sons, distorce e cria novos sentidos. O *remix* é um dos elementos principais dessa nova construção simbólica, se apropriando de mensagens, descontextualizando-as, recontextualizando-as e imprimindo novos significados.

Uma das explicações possíveis pelo interesse despertado acerca do *mashup* é que a criação musical encontra nos anos 2000 uma dificuldade enorme para criar algo realmente novo. Assim sendo, utiliza-se da colagem sonora para dar novo sentido e se reinventar. A própria montagem fotográfica da capa é um exemplo de *mashup* visual.

Letras impressas na arte do álbum: inovação.



Fig. 33 – Contra-capa do álbum “*Sgt. Peppers*”. Reprodução.

4.6. OUTRAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A OBRA

É importante observar-se que a leitura que cada receptor faz ao ouvir o material sonoro está diretamente ligada à sua bagagem cultural, representada por códigos particulares e específicos de leitura e compreensão (que podem ser entendidos como “*ícones musicais*”). São esses códigos que vão determinar o nível de flutuação entre o que o emissor (compositor) desejou dizer e o que o receptor (ouvinte) compreendeu. As chamadas “*obras abertas*” são aquelas que assumem uma postura de livre interpretação,

não pretendendo guardar para si um único significado, mas uma gama deles, que irão gerar uma vasta multiplicidade de leituras, em alguns casos, sugerindo até que o receptor interaja com as mesmas. No final das contas, por mais que se pretenda mediar ou guiar as obras, elas só se completarão na mente do público.

Conforme Wisnik,

As sociedades tradicionais não admitem a música como puro som sem significação, não há entre elas uma poética da sonoridade em si. Mas pode-se dizer que, nelas, a música está sujeita, como sempre, à *flutuação* do significante, que oscila entre não dizer nada e dizer tudo, porque, sem portar significados, aponta para um sentido global (universo sonoro que, se não diz *tudo*, diz, de algum modo, um *todo*). (WISNIK, 1989, p. 77 – grifos do autor)

Após a leitura desse sub-capítulo, penso que existem relações e reflexos entre o álbum dos Beatles e a atualidade. Muitas das ditas inovações (e o *mashup* é um exemplo) já estavam presentes em nossa cultura há décadas, mesmo que de forma embrionária. Além disso, como procurei demonstrar, um álbum como “*Pepper*” apresenta elementos suficientes que permitem identificar a atuação (e interrelação) das matrizes propostas por Sanatella (2005). Pode-se dizer, também, que “*Pepper*” constituiu uma narrativa. Partindo de uma audição de forma linear (começando pela primeira faixa) e seguindo seu curso natural (ouvindo as faixas de acordo com a ordenação proposta pelo grupo), surgirão elementos que possibilitam reconhecê-lo como um discurso narrativo. Embora exista flutuação no caráter de interpretação da obra em questão, ainda assim ela pode ser vista como uma narrativa.

Era comum nos anos de 1960 que se realizassem audições fechadas para imprensa e convidados, a fim de mostrar um novo lançamento. Esses *happenings* como eram conhecidos, funcionavam como estratégia de promoção. Mostrarei adiante que hoje este tipo de proposta (embora ainda seja utilizada) migrou para o plano digital.



Fig. 34 – Beatles em *happening* fechado para convidados exclusivos no dia do lançamento do álbum ⁹⁶

Existe uma última informação sobre o álbum dos Beatles que deve constar em minha pesquisa. Baseado no cruzamento de dados entre as fontes “*Pet Sounds*” – livreto encartado (CD, 2001), “*Revolver*” – livreto encartado (CD, 2009), John Covach (2006), Cliton Heylin (2007), Barry Miles (1997) e Robert Dimery (2007) ⁹⁷, constatei uma outra motivação, além das anteriormente apresentadas, para a realização de “*Peppers*”: trata-se do álbum “*Pet Sounds*” do grupo americano *Beach Boys*. Brian Wilson (integrante dos *Beach Boys*), compositor, músico e produtor musical de “*Pet Sounds*”, realizou esta obra motivado e influenciado pelo álbum dos Beatles intitulado “*Rubber Soul*”, lançado antes de “*Peppers*”. Wilson julgou que “*Rubber Soul*” era um dos melhores álbuns já produzidos na história da música. Ele nutria uma competição criativa

⁹⁶ Fonte: <http://3.media.tumblr.com/tumblr_kpos9gy15K1qdzdwo1_500.jpg> acesso em 20/01/2010.

⁹⁷ As afirmações e conclusões sobre este tema são baseadas nas fontes cruzadas citadas. (nota do autor)

com Paul McCartney, sendo esta “disputa” igualmente alimentada pelo integrante dos Beatles. Para ilustrar essa relação, elaborei a seguinte figura ⁹⁸ :

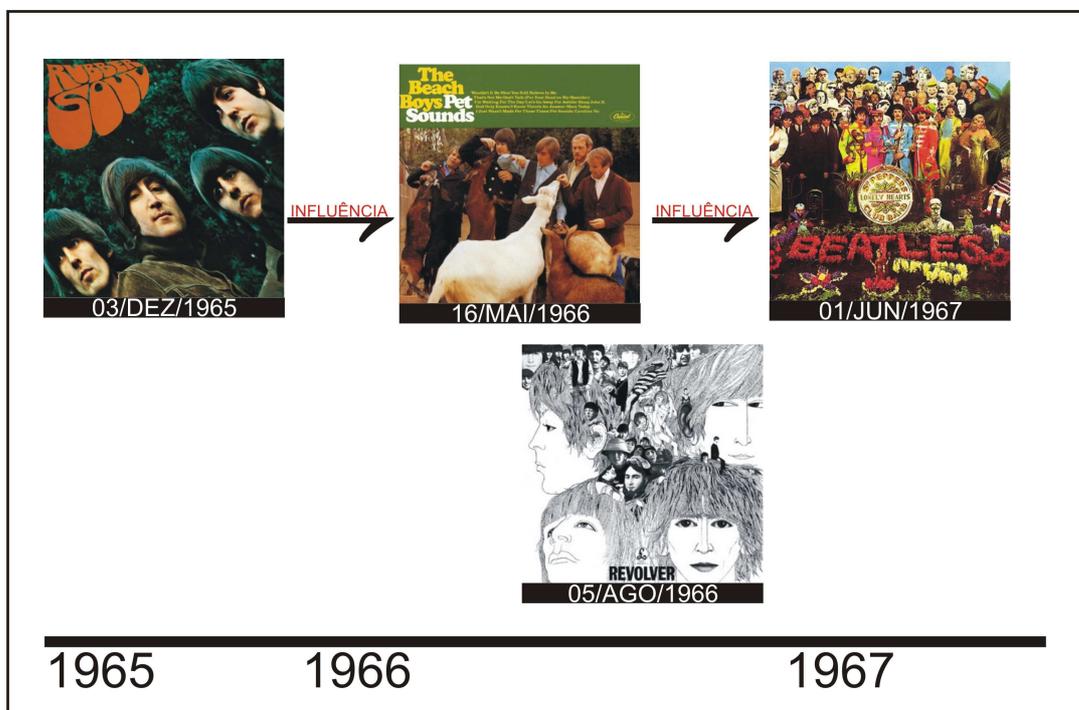


Fig. 35 – Diagrama de influência entre Beatles e Beach Boys (década de 1960)

Conforme pode ser observado, “*Rubber Soul*” (Beatles) foi lançado em 03/12/1965. Brian Wilson ouviu o trabalho dos Beatles e o utilizou como fonte de inspiração e motivação para a produção do álbum “*Pet Sounds*”, lançado em 16/05/1966. Nesse período, os Beatles já trabalhavam no álbum “*Revolver*” ⁹⁹ (o), lançado em 05/08/1966. A audição de “*Pet Sounds*” serviu como inspiração e motivação para que Paul McCartney (e seus companheiros de banda) produzissem e lançassem “*Peppers*” em 01/06/1967.

Toda a motivação e inspiração entre McCartney e Wilson foi baseada em duas concepções: a primeira, utilizar-se o estúdio de gravação (G) como um instrumento musical, servindo-se de todos os recursos disponíveis para gerar novos sons, seja

⁹⁸ Fonte: (PALUDO, 2010)

⁹⁹ Ouça uma influência desse álbum, comparando uma faixa dos Beatles dessa época com uma faixa do grupo Chemical Brothers nos anexos digitais. A comparação está disponível na pasta “Consideracoes Finais” por tratar-se de um desdobramento atual desse estudo. (nota do autor)

através da utilização de instrumentos inusitados e ruídos, combinados para formar uma sonoridade única, ou através da manipulação do som realizada com os equipamentos disponíveis no estúdio. Um detalhe que deve ser destacado refere-se ao número de canais de áudio disponíveis: o álbum dos Beatles foi gravado na Inglaterra utilizando-se quatro canais. Já os Beach Boys gravaram seu álbum nos Estados Unidos, dispoindo de oito canais (sendo eles pioneiros nesta tecnologia que ainda não havia sido implementada em solo britânico). A segunda questão diz respeito a um conceito elaborado pelo produtor americano Phil Spector, chamado de “*Wall of Sound*” (traduzindo livremente, “parede sonora”). O conceito de Spector baseava-se na construção de “*music layers*”, isto é, camadas de som produzidas através da duplicação de instrumentos (gravar-se, por exemplo, mais de uma guitarra executando as mesmas notas em uníssono), utilização de efeitos de reverberação para “ampliar” a sensação de espacialização tridimensional do som, ou ainda (o que Brian Wilson explorou bem mais do que os Beatles), a mistura entre instrumentos diferentes (como um Theremin e uma guitarra, por exemplo) para gerar-se um “novo instrumento” inexistente. O resultado deveria soar grandioso com alta-fidelidade de som compatível tanto com um bom tocador de vinil quanto com um modesto rádio AM. “*Pet Sounds*” utilizou diversos instrumentos incomuns no *rock* para a época, como *french horn*, mandolin, Theremin, cravo, viola e clarinete (os Beatles utilizariam o clarinete em destaque na faixa “*When I’m Sixty-Four*” (o) de “*Peppers*”). Em suma, esta disputa por elaborar projetos musicais sofisticados e diferenciados teve reflexos na história da música pelas décadas que se seguiram. “*Sgt. Peppers*” e “*Pet Sounds*” foram os álbuns que mudaram para sempre o jeito de se pensar e produzir um álbum musical.

Em 1997 foi lançado o *box set* Beach Boys – “*The Pet Sound Sessions*” (o) contendo uma série de *outtakes* (G) de “*Pet Sounds*”. Assim como os Beatles, Brian Wilson era perfeccionista quando estava envolvido com a produção musical. Nos anexos digitais é possível ouvir uma faixa desse *box set* que demonstra isso. Em 2009 a obra dos Beatles foi *remasterizada*. Além de encartes contendo explicações sobre cada título, foi incluído um “mini-documentário” sobre cada álbum. Os documentários (o) sobre os álbuns “*Rubber Soul*” e “*Sgt. Peppers*” também estão disponíveis nos anexos digitais,

assim como um vídeo extraído do You Tube que mostra a relação entre o álbum dos Beatles e o dos Beach Boys.¹⁰⁰

E assim, encerro a primeira etapa deste estudo. Passarei agora para a segunda parte, começando a identificar as reconfigurações ocorridas no cenário da produção musical a partir da década de 1980.

¹⁰⁰ As fontes dos vídeos estão disponíveis na seção “Relação de Anexos Digitais”. (nota do autor)

CAPÍTULO II: RECONFIGURAÇÕES (1980-2010)

1. RECONFIGURANDO I...

tags: atualização, reconfiguração, produção

Fazendo uma rápida retomada do que foi exposto até aqui, no capítulo anterior, recorri a alguns recortes do início do século XX até a década de 1980, envolvendo questões técnicas, estéticas e conceituais. Demonstrei como funciona o trabalho de um produtor musical, como esta profissão se desenvolveu a partir da década de 1950 (quando ainda era desconhecida da maioria das pessoas comuns), como os movimentos contraculturais influenciaram este processo e a importância dos álbuns dos Beatles e dos Beach Boys neste contexto. Neste segundo capítulo, novamente recorrerei a alguns pontos importantes que irão auxiliar a compreender como está a produção musical contemporânea no que diz respeito à produção e circulação do material sonoro. Reforço que, devido a inúmeras quantidades de desdobramentos existentes hoje, seria pretencioso e inviável querer dar conta de tudo. Assim, me limitarei a apontar alguns fragmentos relevantes ao meu estudo, mas que permitem compreender como está o mercado de produção musical hoje. O primeiro deles, diz respeito ao produtor do século XXI. Este é o tema que abordarei a seguir.

1.1 RECONFIGURANDO A PRODUÇÃO

Neste sub-capítulo, utilizarei como autor base o francês Pierre Lévy (1996/1999). A primeira definição que precisa ser feita é o que se entende por reconfiguração. Segundo o dicionário Larousse da Língua Portuguesa, configurar significa “dar forma” (LAROUSSE, 1992). Partindo dessa definição, a reconfiguração pode ser entendida como “dar uma nova forma”. Ampliarei esta definição servindo-me de um conceito apresentado por Lévy (1996) ao qual o autor chama de *atualização*. Conforme o autor, “A atualização não é uma destruição, mas, ao contrário, uma

produção inventiva, um ato de criação. Quando utilizo a informação, ou seja, quando a interpreto, ligo-a a outras informações para fazer sentido ou, quando me sirvo dela para tomar uma decisão, atualizo-a. Efetuo, portanto, um ato criativo, produtivo.” (LÉVY, 1996, p. 58) Partindo dessa conceituação, em meu estudo, vou entender a reconfiguração como uma *atualização*. Assim sendo, a partir deste ponto, sempre que fizer referência à *atualização* ficará sub-entendido que estou me referindo à reconfiguração. Para ilustrar o que isso representa para o campo da produção musical, selecionei quatro vídeos (o) que permitem compreender de forma clara e didática como a digitalização promoveu mudanças significativas no que diz respeito ao processo produtivo da Indústria Musical. Partirei das imagens a seguir para posterior análise e discussão:

MOMENTO 1. FINAL DO SÉCULO XVIII



Fonte das imagens (acesso em 07/02/2010):
<http://www.greatvalueonlinebooks.com/010_Original_Mozart_score.jpg>
<<http://www.mindspring.com/~jamesthomas/images/amadeus1.jpg>>

MOMENTO 2. FINAL DA DÉCADA DE 1950



Fonte das imagens (acesso em 07/02/2010):
<http://www.fxgroup.net/item/image_field/719/large/beatles.jpg>
<http://blindie.com/wp-content/uploads/2008/10/cadillac-records-beyonce_.jpg>

MOMENTO 3. DÉCADA DE 1980



Fonte das imagens (acesso em 07/02/2010):
<<http://mos.musicradar.com/images/Future%20Music/Issue%20205/elektron/elektron-machinedrum2-460-80.jpg>>
<<http://img.youtube.com/vi/Ucs3Sfb5wkI/0.jpg>>

MOMENTO 4. HOJE (2010)



Fonte das imagens (acesso em 07/02/2010):
<<http://www.mlimusic.com/foto%20degli%20strumenti/home%20studio.JPG>>
<<http://i2.ytimg.com/vi/-6F6RA1k0co/default.jpg>>

Começando pelo “MOMENTO 1”, a imagem da esquerda é de uma partitura original de Wolfgang Amadeus Mozart. A imagem da direita é um *printscreen* (G) de uma cena do filme “Amadeus”¹⁰¹. Em sua obra, Lévy (1999) traça um caminho evolutivo entre a “música oral”, “música escrita” e “música gravada”. Ampliarei este caminho, apresentando o percurso da “música escrita” (partitura), “música gravada” (álbuns musicais) e “música digitalizada” (*digital releases*). Antes da adoção da escrita

¹⁰¹ AMADEUS. DVD. Brasil: Warner, 1997.

musical padrozinada, o material musical era transmitido através da oralidade via audição direta e imitação. A maior parte das melodias não possuía autor identificado, pertencendo à tradição. Mario de Andrade (1987) aponta o surgimento da escrita musical no século XI, sistematizada pelo monge italiano Guido d'Arezzo. Alguns séculos depois, a escrita musical possibilitou um grau de precisão sofisticado no que diz respeito à produção e circulação das obras. Através de um código (partitura) os atores sociais (músicos intérpretes e compositores) poderiam agora fazer a música circular (público) de forma esquematizada, valorizando, inclusive, o autor (antes perdido pela ausência de suporte que comprovasse sua autoria). Como aponta Lévy (1999), com a *atualização* da transmissão passando do plano oral (corpo a corpo) para o plano escrito (pauta musical) “a parte escrita da música, sua composição, a partir de agora encontra-se fixada, separada do contexto da recepção.” (LÉVY, 1999, p. 139) Ainda que o filme “Amadeus” seja uma ficção baseada em fatos reais, a cena ilustrada na imagem e apresentada nos anexos digitais presta-se de forma eficiente para demonstrar como os compositores / autores (pode-se entendê-los como “produtores clássicos”) pensavam a música. O compositor ia gradualmente elaborando o *arranjo* (*G*) em sua mente e transcrevendo essa criação mental para o papel. Os únicos dispositivos de *preview* (visualização prévia de resultados) disponíveis eram o piano ou cravo ¹⁰². Assim, o compositor só conseguiria ouvir a sua composição na íntegra durante um ensaio com uma orquestra ou na apresentação da composição para o público ¹⁰³. Desse modo, entre o século XVII (quando a partitura começa a ser empregada em larga escala) e a metade do século XX (quando a Indústria do Disco começa a se desenvolver substancialmente), os compositores não tinham acesso a outro suporte além da oralidade (como já aponte, sujeita a distorções e falhas) e da escrita (a pauta musical).

O “MOMENTO 2” apresenta à esquerda a imagem de uma fita de rolo (suporte comum utilizado na década de 1950) e à direita um *printscreen* de uma cena do filme “Cadillac Records” ¹⁰⁴. O filme retrata como eram produzidos os álbuns na década de 1950 nos Estados Unidos, e a cena escolhida (**o**) retrata uma gravação ao vivo (lembrando que, como apresentei no Capítulo I, a técnica de *overdubbing* criada por Les

¹⁰² Isso não aparece nesta cena, mas em outras do filme, sim. (nota do autor)

¹⁰³ Isso não aparece nesta cena, mas em outras do filme, sim. (nota do autor)

¹⁰⁴ CADILLAC RECORDS. DVD. Brasil: Sony, 2009.

Paul estava engatinhando nesse período). Aqui, tem-se um exemplo da passagem da “música escrita” para a “música gravada”.

O “MOMENTO 3” apresenta à esquerda a imagem de uma bateria eletrônica ¹⁰⁵ e à direita um *printscreen* de um vídeo *ripado* do site You Tube ¹⁰⁶ que apresenta uma matéria jornalística da década de 1980 na qual o produtor musical brasileiro Liminha (ex integrante da banda contraculturalista “Os Mutantes” da década de 1970) demonstra como produziu, sozinho, o *arranjo* de um *hit single* da época (no caso, a canção “Kátia Flávia” de autoria de Fausto Fawcett, que também é o intérprete da obra). Como mostrarei a seguir, esta *atualização* começa a ilustrar o que acontecerá com a produção nos anos 2000. Ainda permanece-se no plano da “música gravada”, pois embora o produtor utilize equipamentos eletrônicos, a gravação é analógica.

Por fim, o “MOMENTO 4” apresenta à esquerda a imagem de um *home studio* (**G**) e à direita um *printscreen* de um vídeo (**o**). Trata-se de um vídeo no qual o produtor musical brasileiro Paulo Mac demonstra o seu processo produtivo, produzindo e interpretando uma canção absolutamente sozinho. Neste estágio, tem-se um exemplo do paradigma *atualizado* da produção musical contemporânea, passando da “música gravada” para a “música digitalizada”. A digitalização, como abordarei adiante em maior profundidade, consiste na conversão de dados de qualquer tipo (áudio, vídeo, foto, texto) em linguagem binária (sequência lógica de zeros e uns). Essa é a “linguagem” que os computadores entendem e base de tudo o que envolve a programação de computadores e conseqüentemente o que possibilita que a internet exista. Para dar um exemplo, a palavra “música” em linguagem binária se transforma em

“011011011111101001110011011010010110001101100001” ¹⁰⁷ .

Fazendo uma reflexão sobre os quatro recortes apresentados, se Mozart tivesse disponível um estúdio em sua casa (*home studio*) (**G**), poderia dispor de um *preview* instantâneo e completo, sem depender de outros músicos e da limitação de ensaios ou

¹⁰⁵ Equipamento utilizado em produção musical para simular ritmos, emulando uma bateria orgânica.

¹⁰⁶ You Tube – um dos principais sites de postagem de vídeos atualmente. <<http://www.youtube.com>>

¹⁰⁷ Conversão de texto para linguagem binária realizada através de ferramenta de conversão disponível no site <<http://nickciske.com/tools/binary.php>>. Acesso em 09/02/2010.

apresentações (que ocorriam com pouca frequência devido aos custos envolvidos, quer seja para ensaiar, quer seja para se apresentar). Cabe ressaltar que, embora a inclusão da informática na produção musical e o aperfeiçoamento de instrumentos eletrônicos (como apresentado no vídeo do produtor Liminha) sejam decisivos para o cenário da produção como se encontra hoje, em produção musical ainda utilizam-se os itens apresentados nos quadros 1, 2 e 3, isto é, partitura, as gravações ao vivo (utilizadas por uma decisão estético-sonora de produção) e os instrumentos digitais (como baterias eletrônicas e sintetizadores). O principal ponto de mudança dentro da *atualização* da produção é que ampliam-se os recursos disponíveis para produção. Estes recursos são bem mais acessíveis do que eram no período compreendido entre as décadas de 1950 e 1990, devido à redução de custos dos instrumentos de produção musical. A partir dos anos 2000, com a inclusão massiva da informática na produção musical acessível a um número considerável de produtores, o produtor agora pode (como apresentado no vídeo do “QUADRO 4”) produzir o seu material em casa, fato impensável para a grande maioria das pessoas até bem pouco tempo atrás. Falarei sobre as possibilidades de mercado que se abrem ao produtor mais adiante. A *atualização* seguinte diz respeito aos estúdios de produção.

1.2 RECONFIGURANDO O ESTÚDIO

Na década de 1950 a Indústria Musical começa a se desenvolver. Ainda hoje, o “*setup* básico padrão” (relação de equipamentos e periféricos) utilizado em estúdios de produção e gravação permanece o mesmo daquela época. Basicamente, é constituído pelas instalações físicas (*sala de gravação e técnica*) e possui uma *mesa de som*, *monitores balanceados (G)*, cabos, microfones, amplificadores e dispositivos de manipulação de som, como equalizadores. Os custos para a montagem de um estúdio até a introdução da informática nesse processo (o que vai ocorrer de forma massiva apenas no início dos anos 2000) eram inacessíveis à maioria das pessoas. Na década de 1970, alguns músicos e produtores com maior poder aquisitivo começaram gradativamente a trazer o estúdio para dentro de suas casas. Isso possibilitava maior disponibilidade (se o músico é dono do estúdio e o estúdio está localizado em sua casa,

pode-se entender que o estúdio está sempre disponível) e economia (pois, ao se montar um estúdio de gravação em casa, eliminam-se os altos custos de aluguel de estúdio, cobrados por hora de uso ou em pacotes por horas de utilização).

Um exemplo de estúdio profissional portátil (passo pioneiro rumo aos estúdios domésticos e aos estúdios móveis) foi o utilizado pela banda Deep Purple para a gravação do álbum “*Machine Head*”¹⁰⁸. Conforme o DVD “*Classic Albums – Machine Head*” (DVD, 2008), a obra foi gravada no Grand Hotel de Montreux (na Suíça) em dezembro de 1971, utilizando-se o estúdio móvel pertencente à banda Rolling Stones.



Fig. 36 – Álbum “*Machine Head*” (1972) do Deep Purple: encarte mostra fotos da gravação que utilizou estúdio portátil. Reprodução.

Outro exemplo pode ser colhido do ano de 1980. Um dos primeiros músicos que montou seu próprio estúdio e realizou a produção de um álbum sozinho (como apresentado no “QUADRO 4”, anteriormente) foi Paul McCartney. No álbum

¹⁰⁸ Deep Purple. *Machine Head*. LP. Brasil: EMI, 1985.

“McCartney II”¹⁰⁹, o músico tocou todos os instrumentos do álbum¹¹⁰ e registrou os *fonogramas* em seu estúdio doméstico. Este dado é comprovado através da leitura do encarte interno do LP (reproduzido a seguir):

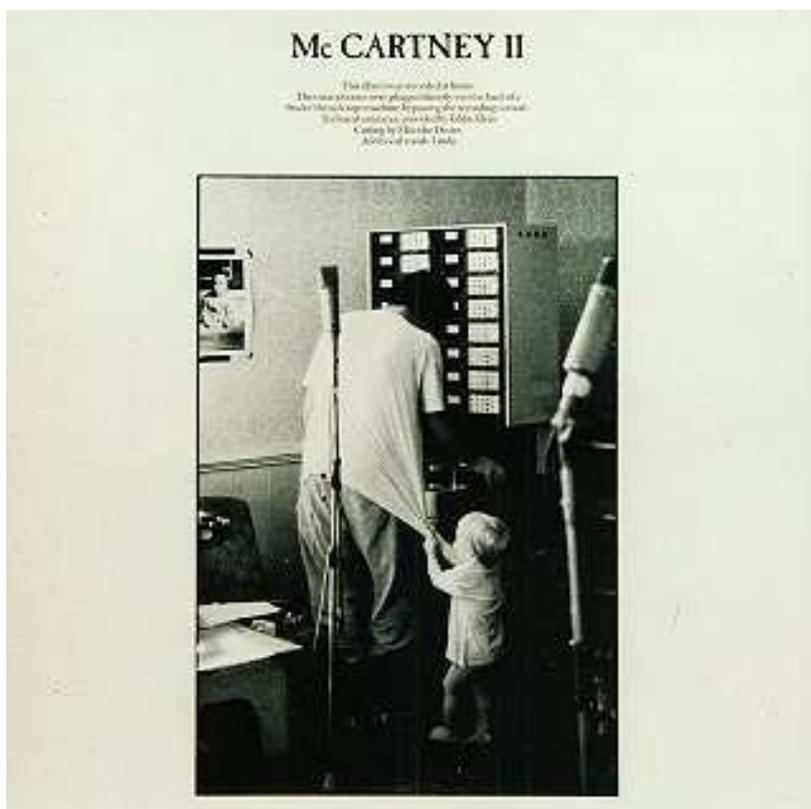


Fig. 37 – Álbum “*McCartney II*” (1980) de Paul McCartney: encarte apresenta texto e foto que comprovam gravação realizada em estúdio doméstico. Reprodução.

O encarte mostra a foto do estúdio doméstico de McCartney e traz o seguinte texto (traduzido livremente por mim): “Este álbum foi gravado em casa. Os microfones foram plugados em um gravador Studer de 16 canais.” (MCCARTNEY, LP, 1980) Porém, no início da década de 1980 (ano em que o álbum foi lançado), um músico tocar e gravar todos os instrumentos não era um fato comum. O vídeo promocional da faixa que abre o álbum – chamada “*Coming Up*” (o) – satiriza essa fato incomum para a época, utilizando uma linguagem lúdica. McCartney aparece contracenando consigo e tocando todos os instrumentos da canção.

¹⁰⁹ Paul McCartney. *McCartney II*. LP. Brasil: Parlophone, 1980.

¹¹⁰ A única participação extra foi de sua esposa, Linda McCartney, fazendo *backing vocals*.



Fig. 38 – Imagem do vídeo promocional da faixa “*Coming Up*”: McCartney contracena consigo tocando todos os instrumentos. ¹¹¹

A partir dos anos 2000, os estúdios domésticos se tornaram comuns. Isso ocorreu devido ao barateamento do custo dos equipamentos que compõe o *setup* básico e, acima de tudo, graças à informática. Placas de som profissionais (como a “*Audiophile 2496*” do fabricante M-Audio – ligada internamente no computador através da conexão padrão PCI ¹¹², ou outros modelos mais atuais como a “*Fast Track Pro*” – do mesmo fabricante, conectada através da porta USB ¹¹³) possibilitaram que produtores musicais obtivessem resultados profissionais dentro de suas casas. Aliando a utilização dessas placas de áudio profissionais a programas de computador que emulam com perfeição as mesas de gravação, gravadores multipista (*G*) e microfones semi-profissionais ou profissionais, o produtor passa a dispor de um estúdio com grande poder de atuação, disponível sem limite de horas (o custo do aluguel por hora desaparece), no conforto do seu lar (vale lembrar que quanto mais confortável o produtor sentir-se dentro do estúdio – pois passará horas trabalhando ali – melhor tendem a ser os resultados finais obtidos).

¹¹¹ Fonte: <http://home.att.net/~thorobred7/Coming_Up_4.JPG> acesso em 09/02/2010.

¹¹² PCI (*Peripheral Component Interconnect* - Interconector de Componentes Periféricos) é um dispositivo que permite conectar periféricos em computadores baseados na arquitetura IBM PC.

¹¹³ *Universal Serial Bus* (USB) é um tipo de conexão que permite conectar periféricos ao computador de forma instantânea e simples, sem a necessidade de desligar o computador, ou acessar o seu interior. Esta conexão está gradativamente substituindo as do tipo PCI.

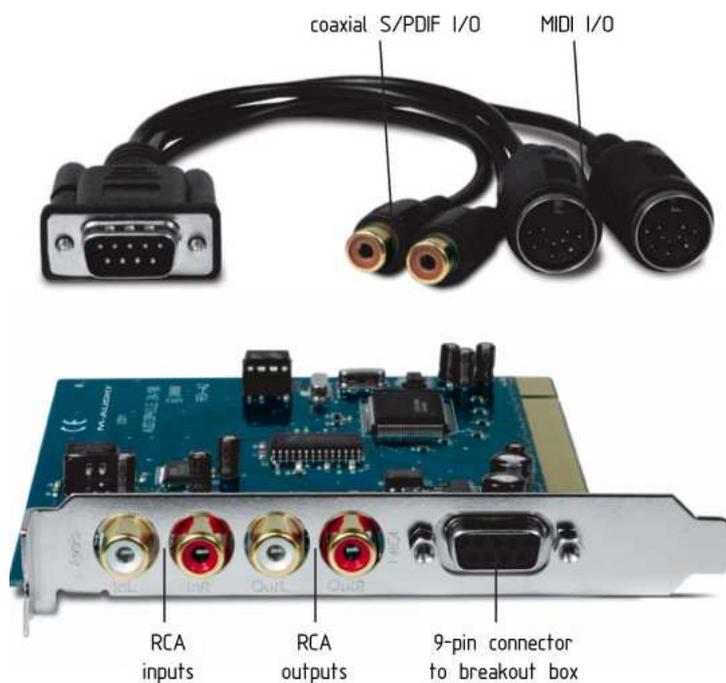


Fig. 39 – Placa de Áudio Profissional “Audiophile 2496”. Fabricante: M-Audio. Tipo de Conexão: PCI. ¹¹⁴



Fig. 40 – Placa de Áudio Profissional “Fast Track Pro”. Fabricante: M-Audio. Tipo de Conexão: USB. ¹¹⁵

¹¹⁴ Fonte: <http://www.core-sound.com/audiophile_2496/audiophile_2496.jpg> acesso em 10/02/2010.

¹¹⁵ Fonte: <<http://www.altomusic.com/altoweb/images/products/200/2013/fasttrackpro.jpg>> acesso em 10/01/2010.

Atualmente existem diversos programas de computador que emulam estúdios de gravação do tipo multipista, alguns gratuitos, outros pagos. Estes softwares são chamados de *Digital Audio Workstation* (também conhecidos pela sigla *DAW* que significa “Estação Digital de Trabalho para Áudio”). Os utilizados com mais frequência encontram-se listados abaixo:

QUADRO 8: LISTAGEM DOS PROGRAMAS DE COMPUTADOR MAIS UTILIZADOS ATUALMENTE QUE EMULAM ESTÚDIOS DE GRAVAÇÃO (DAW):¹¹⁶

Nome do Programa	Fabricante / País
Cubase	Steinberg (Alemanha)
Logic Audio	Emagic (Alemanha) e Apple (Estados Unidos)
Nuendo	Steinberg (Alemanha)
Pro Tools	Digidesign (Estados Unidos)
Sonar (Cakewalk)	Cakewalk (Estados Unidos)
Studio One	PreSonus (Estados Unidos)

No campo da fotografia digital, um dos programas mais utilizados hoje chama-se Photoshop. Este *software* – desenvolvido pela empresa norte-americana Adobe – permite a manipulação e edição de fotos com precisão. Analogamente, na área da produção musical, existem alguns programas específicos para edição e manipulação de material sonoro (chamados de *audio editing* – do inglês, “editores de áudio”). Estes programas são muito utilizados no tratamento de *samples* (G) e em processos como a *masterização* (G). Assim com os programas do tipo *DAW*, existem diversos editores, sejam do tipo gratuito ou pago. Dois exemplos dos mais utilizados atualmente são o Sound Forge (fabricado pela empresa japonesa SONY) e o WavLab (fabricado pela empresa alemã Steinberg).

Na área de edição de partituras, existem programas específicos para este fim. Um dos mais utilizados atualmente chama-se Finale (fabricado pela empresa norte-americana MakeMusic).

¹¹⁶ Fonte: (PALUDO, 2010).

Existem, por fim, uma série de *plug-ins* (pequenos programas) que podem ser acoplados aos programas do tipo *DAW* e *audio editing*. Estes “programas auxiliares” emulam uma série de periféricos como efeito de eco, equalização e distorção. Muitos deles são “cópias” de equipamentos físicos. Sua programação é baseada na análise de comportamento perante as ondas sonoras. Através de algoritmos matemáticos, consegue-se emular com bastante fidelidade a funcionalidade encontrada nos equipamentos, antes analógicos, e agora digitais. Vários destes *plug-ins* possuem aspecto visual semelhante aos que lhe serviram de inspiração e origem (na página a seguir é possível observar a semelhança através de uma comparação feita com duas imagens; a primeira apresenta um amplificador da marca Fender e a segunda uma imagem do *plug-in* “*Guitar Rig*” fabricado pela empresa alemã Native Instruments, que simula amplificadores.



117

Fig. 41 – Amplificador Fender (analógico)



118

Fig. 42 – Plug-in “Guitar Rig” (Native Instruments)

¹¹⁷ Fonte:

<http://www.fretbase.com/images/uploaded/images/000/013/324/original/fender_65_twin_reverb.jpg>
 acesso em 10/02/2010.

¹¹⁸ Fonte: <<http://digitalmedia.oreilly.com/images/oreilly/digitalmedia/2006/03/guitar-rig-fig6.jpg>>
 acesso em 10/02/2010.

Concluindo este sub-capítulo, observei que análogo ao que ocorreu com os telefones fixos (que atualmente expandiram seus limites para o terreno da mobilidade), ocorreu um avanço considerável da década de 1950 até a década de 2000. Este avanço teve como principais pontos a redução de custos e consequente democratização dos meios produtivos, estes cada vez mais portáteis e com maior poder de processamento e níveis sofisticados de edição. Eles, inclusive, dependendo do *setup* básico utilizado, conseguem unir a “música escrita” à “música gravada”, reunidas agora na “música digitalizada”. Partindo do exposto aqui, traço um caminho evolutivo percorrido que pode ser sistematizado segundo a tabela abaixo:

QUADRO 9: EVOLUÇÃO DO ESTÚDIO AO *HOME STUDIO*¹¹⁹

DÉCADA DE 1950	GRAVAÇÕES AO VIVO	GRANDES ESTÚDIOS
DÉCADA DE 1960	GRAVAÇÕES MULTIPISTA	GRANDES ESTÚDIOS
DÉCADA DE 1970	GRAVAÇÕES MULTIPISTA	ESTÚDIOS PORTÁTEIS
DÉCADA DE 1980	GRAVAÇÃO MULTIPISTA	ESTÚDIOS DOMÉSTICOS
DÉCADA DE 2000	GRAVAÇÃO MULTIPISTA	<i>HOME STUDIOS</i>

Conforme pode ser observado na tabela apresentada, ocorre, década à década, uma *atualização* evolutiva para que os estúdios de gravação se *atualizem* em *home studios*, estúdios domésticos que funcionam como poderosos e libertadores laboratórios pessoais de criação e produção musical no século XXI. O “estúdio doméstico” pode ser compreendido como o pai dos “*home studios*” (“filhos mais sofisticados”). A próxima *atualização* diz respeito ao produtor musical.

¹¹⁹ Fonte: (PALUDO, 2010).

1.3 RECONFIGURANDO O PRODUTOR

Até a proliferação dos selos musicais (que se expandem consideravelmente entre o final da década de 1990 e os anos 2000), o produtor musical limitava-se meramente a atuar apenas produzindo o material sonoro. Com o avanço da internet e da informática, os produtores começaram gradualmente a romper barreiras de tempo e espaço e a trabalharem conectados com artistas, estúdios e outros produtores pelos quatro cantos do mundo. Alguns produtores começaram a desenvolver competências extra-musicais, especializando-se em áreas como marketing, promoção, publicidade e propaganda, assessoria de imprensa e comunicação social. Isso permitiu que os papéis inicialmente bem delimitados dentro de uma gravadora – como produção executiva, produção fonográfica, A&R e divulgação – e antes delegados a uma equipe fossem agora centralizados na figura do produtor musical. Assim, alguns produtores passaram a atuar de modo similar a uma gravadora completa. Isso significa oferecer um suporte total ao artista, desde a concepção inicial do projeto musical (A&R) até a sua divulgação (DIVULGADOR) e comercialização (DISTRIBUIDOR). Eu trabalho – desde o início dos anos 2000 – pautado sob este paradigma. Esta prática está se tornando cada vez mais comum. Quando percebi que unir meus conhecimentos em comunicação social aos conhecimentos musicais significava um diferencial importante e valorizado pelos artistas, pensei em uma forma de sistematizar esta conduta multidisciplinar. Assim sendo, esta *atualização* do produtor musical – que assume a postura de uma gravadora, oferecendo uma gama de serviços agregados que contribuem para qualificar o atendimento aos artistas em toda a esfera, da produção à circulação – foi chamada por mim de *E-Producer (G)*. O “E” significa “*Eletronic*” (do inglês, eletrônico”) e “*Producer*” significa “Produtor”. Este novo produtor musical do século XXI – que se utiliza da tecnologia aliada a conhecimentos inter e multidisciplinares – *atualiza-se* em um produtor eletrônico, o que não deve ser confundido com produtor de música eletrônica e sim o que foi descrito aqui. Esta prática bastante nova parece indicar o rumo da produção musical dos próximos anos.

Passarei agora à *atualização* no que se refere aos instrumentos musicais.

1.4 RECONFIGURANDO OS INSTRUMENTOS MUSICAIS

Desde a criação do Theremin (de Léon Theremin) em 1920, passando pela profusão dos sintetizadores na década de 1970, do desenvolvimento da Linguagem MIDI na década de 1980 e da popularização dos *samplers*, *seqüenciadores* e *teclados controladores (G)* na década de 1990, cada vez mais instrumentos foram sendo disponibilizados para a produção musical. Ao comparar-se o que estava disponível no século XVIII com o que existe no século XXI, é possível nortar uma ampliação considerável de possibilidades de timbres disponíveis a quem produz música. Se determinados *plug-ins* podem simular com perfeição o comportamento de periféricos físicos, existem outros que emulam instrumentos musicais como sintetizadores, bateriais, baixos, cordas, guitarras e uma série de outros instrumentos. Um exemplo pode ser observado através do *plug-in* “FM7” desenvolvido pela empresa alemã Native Instruments. O “FM7” emula o sintetizador “DX7”. O “DX7” foi um sintetizador desenvolvido pela empresa japonesa Yamaha na década de 1980, muito popular naquele tempo, sendo utilizado por diversos artistas da música pop no mundo todo. Durante a elaboração deste estudo, tive acesso ao sintetizador físico e ao *plug-in* e a emulação se mostra muito próxima do sintetizador “real”, sendo a diferença do timbre gerado no sistema emulado praticamente imperceptível a ouvidos leigos. Assim como nos *plug-ins* utilizados para simulação de efeitos (eco, distorção, etc) os *plug-ins* que emulam instrumentos guardam semelhança estética aos que lhe serviram de inspiração.



Fig. 43 – Sintetizador Yamaha “DX7”¹²⁰



Fig. 44 – Plug-in “FM7” (Native Instruments)¹²¹

Os *plug-ins* que emulam instrumentos são conhecidos como *VSTi* (G). Eles podem funcionar acoplados aos *DAW* e aos *audio editing* ou ainda funcionarem de modo autônomo, o qual é chamado de *stand alone* (do inglês, “atuação autônoma”). Desse modo, o computador passa a assumir o papel de um único instrumento musical capaz de emular uma infinidade de outros instrumentos. As combinações possíveis de manipulação do som utilizando de forma conjunta *DAW* + *audio editing* + *VSTi* permitem que se crie uma gama praticamente ilimitada de timbres, tanto para geração de *fonogramas* quanto para a utilização em apresentações ao vivo.

Indo além, no contexto da informática, até os *pen drives*¹²² multifuncionais como o “*SONY WALKMAN*” fabricado pela empresa japonesa SONY (que além de tocarem arquivos digitais e armazenarem arquivos binários possuem a capacidade de

¹²⁰ Fonte: <<http://www.teardrops.de/ditune/cms/upload/logos/dx7.jpg>> acesso em 10/02/2010.

¹²¹ Fonte: <<http://www.vintagesynth.com/misc/fm7.jpg>> acesso em 10/02/2010.

¹²² Pequeno dispositivo portátil para armazenamento e transferência de dados binários entre computadores e periféricos.

sintonizar rádios FM e captar sons) se *atualizam* como produtores de *samples* e rádios portáteis.



Fig. 45 – Pen Drive “SONY WALKMAN”¹²³

1.5 RECONFIGURANDO OS MÚSICOS

O músico do século XXI também acaba passando por uma *atualização*. Ele passa a adquirir interesse não apenas pelo campo musical, mas amplia seus estudos no que diz respeito ao domínio das ferramentas digitais. Tomando um exemplo didático, um guitarrista que deseja produzir um *fonograma* instrumental utilizando como instrumentos a guitarra, o baixo e a bateria, não precisa necessariamente contratar um baixista e um baterista para acompanhá-lo. Se ele possuir conhecimentos musicais referentes ao baixo e à bateria e tiver disponível um computador equipado com placa de som profissional e os recursos anteriormente citados (como *DAW*, por exemplo), poderá programar as partes de baixo e bateria e realizar a sua obra de forma independente, sem a necessidade de outros músicos. Este recurso não se restringe ao campo da produção.

¹²³ Fonte: < http://www.netserv19.com/ecommerce_site/arquivos33/arquivos/0__164621mp3sw.jpg > acesso em 10/02/2010.

Este mesmo músico poderá “programar” o *arranjo* para ser executado posteriormente em uma apresentação ao vivo. Assim, o computador será a sua “banda de apoio”.

Como visto anteriormente, quando os Beatles produziram o álbum “*Sgt. Peppers*” em 1967, naquela época era impraticável executar-se as canções do álbum ao vivo, devido às limitações técnicas existentes naquele momento. Hoje, seria perfeitamente viável que isso ocorresse, utilizando-se para isso, os recursos descritos aqui. Os DJs (**G**) que como aponta Claudia Assef (2003), começaram a atuar na década de 1960, dando continuidade à Música Acusmática (descrita no Capítulo 1). Hoje, graças à proliferação dos *home studios*, DJs *atualizaram-se* em produtores musicais, passando de simples “tocadores de som mecânico” à condição de artistas (produzindo seu próprio material). Seu instrumento musical é o conjunto das *pick-ups* e *mixers* (**G**). Nesse contexto, além dos recursos digitais citados até aqui, pode-se incluir outro grupo de programas de computador desenvolvidos para DJs e adotados por produtores musicais e músicos. São programas utilizados para a criação e produção de *loops* e *grooves* (**G**) utilizados ao vivo e em estúdio. Alguns emulam *samplers* e *pick-ups* e possuem características *DAW* e de *seqüenciadores* (**G**). Eles estão listados na tabela a seguir:

**TABELA DE PROGRAMAS DE COMPUTADOR
UTILIZADOS POR MÚSICOS E DJs ¹²⁴**

Nome do Programa	Fabricante / País
Ableton Live	Ableton (Alemanha)
Acid	SONY (Japão)
EXS 24 (<i>sampler</i>)	Emagic (Alemanha)
Fruit Loops	Image-Line (Bélgica)
Garage Band	Apple (Estados Unidos)
Kontakt (<i>sampler</i>)	Native Instruments (Alemanha)
Tracktor	Native Instruments (Alemanha)
Reaktor	Native Instruments (Alemanha)
Reason	Propellerhead (Suécia)

¹²⁴ Fonte: (PALUDO, 2010).

No século XXI, músicos, DJs e *sound colocators* (G) atuam no espaço antes ocupado pelos “músicos tradicionais”. Passarei agora ao último tópico deste subcapítulo *atualizando* a música.

1.6 RECONFIGURANDO A MÚSICA

No que tange à questão estética, se foi possível estabelecer-se gêneros predominantemente associados à passagem do tempo, como o *rock* (na década de 1950), a *música psicodélica* (na década de 1960), o *rock progressivo* (na década de 1970), a *disco music* (na década de 1980), o *grunge* (na década de 1990) e a *e-music* (na década de 2000), hoje o que parece existir é uma coexistência de estilos musicais, multifacetada, que bebe de diferentes fontes. A face da música atual é uma face hibridizada, misturada e, em muitos casos, de difícil classificação. Embora seja inegável que ainda existam inúmeros artistas rezando pelas cartilhas de diversos estilos musicais e respeitando seus paradigmas básicos, a “cara da música contemporânea” é miscegenada. Como aponta Lévy (1999), no início do século XX, a música permanecia atrelada à região geografia de seu autor. Os autores locais produziam para os ouvintes locais, utilizando signos musicais tradicionais reconhecidos e legitimados. No século XXI a música rompe as fronteiras. Como mostrarei adiante, se a informática representou uma libertação, possibilitando a utilização de uma imensa gama de matéria prima sonora, os computadores ligados em rede possibilitaram um intercâmbio cultural-musical que desconhece limites, ambiente no qual a música do mundo encontra-se em permanente acesso para todos aqueles que tiverem um computador conectado e ouvidos atentos e abertos. À esta música produzida através da utilização dos recursos digitais e dos computadores ligados em rede, propnho chamá-la de “*cibermúsica*” (G). A música de ontem se *atualiza* na “*cibermúsica*”. Assim, encerro essa primeira parte referente às reconfigurações. A seguir, falarei sobre as transformações pelas quais os álbuns musicais passaram nas últimas décadas.

2. WALTER BENJAMIN REMIXADO: A AURA MUSICAL NA ERA DA CIBERCULTURA E DA ARTE ATUAL

tags:*aura*, álbum, reprodução técnica

Como apontei no início do capítulo anterior, o produtor musical é o responsável, dentre inúmeras funções, por produzir álbuns musicais. Conforme pesquisa publicada na revista *Billboard Brasil* em janeiro de 2010, no ano de 2000, 202 álbuns alcançaram a venda de 500 mil unidades. Já em 2009 este número caiu para 49, o que representa uma queda de aproximadamente 75% nas vendas (voltarei à essa pesquisa mais adiante)¹²⁵.

O avanço das tecnologias digitais e a pirataria são comumente apontados como vilões deste processo. Eu, no entanto, embora não negue que estes fatores sejam importantes, abordo neste sub-capítulo um outro lado às vezes esquecido pela mídia e pela Indústria: a perda da *aura* de um álbum musical. Para explorar essa faceta, os autores base utilizados serão Walter Benjamin (1992) e Raymond Moulin (2007).

2.1 BENJAMIN E A AURA

Em 1936 o pensador alemão Walter Benjamin (1992) escreve “A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica”. O texto impressiona pelo seu caráter de atualidade e aplicabilidade nos dias de hoje. Nele, Benjamin (1992) apresenta simultaneamente traços positivos e negativos, uma relação bipolar no que se refere à arte e seus processos de reprodução em massa. O autor inicia sua reflexão lembrando que “[..] por princípio a obra de arte sempre foi reprodutível. O que os homens tinham

¹²⁵ A pesquisa refere-se ao mercado mundial. (nota do autor)

feito sempre pôde ser imitado por homens.” (BENJAMIN, 1992, p. 75) Esta reprodução foi gradativamente se expandindo e diversos fatores contribuíram para isso: a Revolução Industrial (iniciada na Inglaterra em meados do século XVIII), o crescimento constante do modelo capitalista e o domínio das diversas técnicas de reprodutibilidade podem ser apontados como decisivos neste processo. Porém, Benjamin sinaliza uma preocupação quando diz que “[...] mesmo na reprodução mais perfeita falta uma coisa: o aqui e agora da obra de arte – a sua existência única no lugar em que se encontra. [...] O aqui e agora do original constitui o conceito da sua autenticidade.” (BENJAMIN, 1992, p. 77) O pensador segue seu questionamento relatando que “[...] as situações a que se pode levar o resultado da reprodução técnica da obra de arte, e que, aliás, podem deixar a existência da obra de arte incólume, desvalorizam-lhe, de qualquer modo, o seu aqui e agora.” (BENJAMIN, 1992, p. 78) Fala, ainda sobre a autenticidade: “[...] A autenticidade de uma coisa é a suma de tudo o que desde a origem nela é transmissível, desde a sua duração material ao seu testemunho histórico. [...] O que murcha na era da reprodutibilidade da obra de arte é a sua aura.” (BENJAMIN, 1992, p. 79) A arte perde seu caráter de fenômeno singular para transformar-se num fenômeno de massa (como apontei anteriormente, transforma-se na chamada *Indústria Cultural*).

A *aura* a que se refere Benjamin (1992) diz respeito ao caráter autêntico, único da obra de arte. Indo além, pode-se pensar numa expansão do conceito passando a entender essa *aura* como a alma da obra (aprofundarei essa questão mais adiante). Retomando o raciocínio, em seu ensaio ele faz referências principalmente à fotografia e ao cinema. Partindo desse ponto, procurarei observar se é possível encontrar esta *aura* (ou alma) na música. Começo lembrando que a música em si nunca existiu no plano físico, foi sempre virtual. Nunca pudemos segurar uma música com as mãos. É como o ar: existe, sentimos, mas não tocamos nele. O homem por diversas vezes fez um “esforço” no sentido de materializar a música, transportá-la do plano imaterial para o material. No início, os cânticos eram transmitidos através da oralidade e conseqüente imitação. A notação musical (partitura) pode ser encarada como o primeiro suporte genuíno eficiente com alto grau de precisão utilizado como memória auxiliar e veículo de divulgação. Sua reprodutibilidade modesta (se comparada à reprodução de massa atual) era tarefa destinada aos copistas. Já na década de 1920, a Indústria do Disco começa a dar os seus primeiros passos. Avançando na linha do tempo, nos anos de 1970 o mercado cresce e proliferam as gravações e reproduções em discos de vinil e fitas K7,

deixando para trás os antigos discos de goma-laca. Nos anos de 1980, o CD (*compact disc*) promete revolucionar tudo, oferecendo maior capacidade, qualidade e durabilidade. Porém, nos anos 2000 a materialização é colocada em xeque em função dos *digital releases (G)*. Diante dessas transformações ocorridas ao longo do tempo, teria a música, então, uma *aura* própria independente do suporte?

Partindo da leitura de Benjamin (1992), pode-se pensar a fotografia como um divisor de águas no processo de reprodução de massa e como instrumento de análise análoga à música para que possamos pensar sobre o fenômeno da reprodução. Citando o autor:

[...] com o aparecimento da fotografia, o primeiro meio de reprodução verdadeiramente revolucionário, [...] a arte sente a proximidade da crise que, cem anos mais tarde, se tinha tornado inequívoca, reagiu com a doutrina da “l’art por l’art”, que é uma teologia da arte. Dela surgiu precisamente uma teologia negativa na forma de uma arte, como também toda a finalidade através de uma determinação concreta. [...] A reprodutibilidade técnica da obra de arte emancipa-a, pela primeira vez na história do mundo, da sua existência parasitária no ritual. (BENJAMIN, 1992, p. 83 – grifo do autor)

Proponho questionar Benjamin (1992) através da seguinte questão: os álbuns musicais não seriam inseparáveis de ritualização, e, portanto, ainda parasitários? Como apontarei adiante, o texto parece apresentar uma contradição, ora levantando a bandeira da liberdade em função da libertação do ritual, ora afirmando que o ritual deve sempre estar presente. Embora eu já tenha esboçado o significado de álbum, vou agora aprofundar o conceito. Para entendê-lo, traçarei um paralelo com os álbuns de fotografia. Nesse sentido, o álbum corresponde a um registro de um momento que fez parte da vida de alguém. Daí, o registro sonoro será um conjunto de “fotografias musicais” daquele momento em que o álbum foi produzido. A elaboração envolve também um processo de criação conceitual.

Sempre que produzo um álbum me preocupo muito com o conceito. Não apenas o conceito musical, mas o conceito artístico como um todo. Isso engloba todos os pequenos detalhes que fazem parte desse processo: a ordem das faixas, o tipo de letra utilizada na arte gráfica, as imagens, a letra das canções, os tipos de acordes, arranjo, cores, sonoridade e tessituras. Criar um conceito forte, agrupar e arranjar bem as canções, pensar na unidade do todo (parte gráfica/visual + parte artística + parte musical) pode representar a diferença gritante entre ser lembrado ou esquecido com o passar dos anos. O álbum acaba sendo um registro preciso e fiel de sua alma ¹²⁶ e ela se propagará por toda a eternidade. (PALUDO, 2007, p. 44)

¹²⁶ Entenda-se *sua alma* como a alma do artista. (nota do autor)

No passado, a arte e a religião apresentavam um elo forte e determinante. Seja na pintura ou na escultura, a arte era basicamente financiada pela igreja (salvo os casos de arte pela arte ou aqueles em que a nobreza cobria os custos). Daí a questão de culto *versus aura* levantada por Benjamin em seu texto:

A singularidade da obra de arte é idêntica à sua forma de se instalar no contexto da tradição. Essa tradição, ela própria, é algo de completamente vivo, algo de extraordinariamente mutável. Uma estátua antiga da Vênus, por exemplo, situava-se num contexto tradicional diferente, para os Gregos que a consideravam um objecto de culto, e para os clérigos medievais que viam nela um ídolo nefasto. Mas o que ambos enfrentavam da mesma forma, era a sua singularidade, por outras palavras, a sua aura. O culto foi a expressão original da integração da obra de arte no seu contexto tradicional. Como sabemos, as obras de arte mais antigas surgiram ao serviço de um ritual, primeiro mágico e depois religioso. É, pois, de importância decisiva que a forma de existência desta aura, na obra de arte, nunca se desligue completamente da sua função ritual. Por outras palavras: o valor singular da obra de arte autêntica tem o seu fundamento no ritual em que adquiriu o seu valor de uso original e primeiro. Este, independentemente de como seja transmitido, mantém-se reconhecível, mesmo nas formas mais profanas do culto da beleza, enquanto ritual secularizado. (BENJAMIN, 1992, p. 82)

Percebo uma contradição do autor que antes afirmava que a ligação com o ritual era parasitária e agora diz que a obra nunca deve se desligar da função ritualística. Assim como nos espetáculos e/ou *shows* musicais, na audição de um *fonograma* isolado ou álbum completo é possível detectar-se traços de ritual, principalmente quando a audição é do tipo contemplativa-imersiva, ou seja, aquela na qual o ouvinte encontra-se absolutamente concentrado e em estado de devoção ao ídolo musical. Ampliando, um simples pôster ou foto de um artista utilizado de forma ornamental pode ser entendido funcionalmente como um totem para a adoração. Portanto, no caso da música pop, o ritual é parte fundamental do processo. Não só isso, mas a reprodução também se faz necessária para difundir e, inclusive, legitimar o artista, uma vez que a idolatria é fenômeno de massa. Lógico que a passagem do plano eminentemente religioso (culto religioso/arte sacra) para o plano mercadológico (culto pop/música pop) que existe hoje se deu de forma gradual. Conforme Benjamin, “nos primórdios, a obra de arte, devido ao peso absoluto que assentava sobre o seu valor de culto, transformou-se, principalmente, num instrumento da magia que só mais tarde foi, em certa medida, reconhecido como obra de arte.” (BENJAMIN, 1992, p. 86-87) Outra passagem do texto reforça a necessidade de contextualização histórica: “o modo em que a percepção sensorial do homem se organiza – o médium em que ocorre – é condicionado não só

naturalmente, como também historicamente.” (BENJAMIN, 1992, p. 80) Esta percepção sensorial está ligada a questões históricas e contextuais e, inclusive, às possibilidades e capacidades do público que flutuam de acordo com seu repertório cultural pessoal e visão de mundo. Isto é, as percepções e leituras sobre uma obra podem sofrer alterações com o passar do tempo. Em suma, as possibilidades de interpretação são tão variáveis que ficaria impossível delimitar um “quadro geral de interpretação padronizada”.

A Indústria Cinematográfica e a Indústria do Disco possuem laços estreitos, uma vez que a primeira forneceu diversos paradigmas para a legitimação da segunda. No que se refere ao cinema, Benjamin diz o seguinte:

Nas obras cinematográficas, a reprodutibilidade técnica do produto não é uma condição imposta do exterior para a sua divulgação em massa, contrariamente ao que sucede, por exemplo, com as obras literárias ou de pintura. A reprodutibilidade técnica da obra cinematográfica tem o seu fundamento directamente na técnica da sua reprodução. Esta possibilita não só a sua imediata divulgação em massa, como também a impõe. Impõe-a porque a produção de um filme é tão cara que alguém que pudesse, por exemplo, comprar um quadro, não poderia certamente dar-se ao luxo de comprar um filme. (BENJAMIN, 1992, p. 83-84)

Neste ponto, concordo com o autor e creio que o mesmo vale para a Indústria Musical. Pensando no hoje e tomando como base a cidade de Porto Alegre/RS, é possível supor o valor médio (definido com base na minha atuação profissional) para a produção da fita matriz (*G*) na casa de R\$ 40.000,00. É um valor elevado, menor do que o de um filme, mas ainda assim elevado. Diferente do que ocorria com a arte antes, quando normalmente um artista único criava uma obra única que só poderia ser observada em um único local de exposição, o cinema instaura uma mudança significativa de paradigma. Ele já nasce no seio da reprodução. Graças a esse novo modo de pensar a produção/reprodução, a criação torna-se coletiva, a obra de arte replicável e a exposição é ampliada não apenas temporalmente como territorialmente. A experiência da recepção torna-se coletiva, massificada, multifacetada, simultânea e variável. As semelhanças com o cinema não terminam neste ponto. Seguindo com o pensamento de Benjamin:

Não há dúvida que no teatro o desempenho artístico do actor é apresentado ao público pela sua própria pessoa; pelo contrário, o desempenho artístico do actor de cinema é apresentado ao público por um equipamento, o que tem dois tipos

de conseqüências. Não se espera do equipamento que transmite ao público a actuação do actor de cinema, que respeite essa actuação na sua totalidade. Sob a direcção do operador da câmara, esse equipamento toma constantemente posição perante essa mesma actuação. A sequência de cenas que o montador compõe, a partir do material que lhe é fornecido, é que constitui o filme acabado. Este engloba um determinado número de momentos de acção, reconhecidos como tal pela câmara, para não falar de planos especiais, de primeiros planos. Assim, a representação do actor é submetida a uma série de testes ópticos. Esta é a primeira consequência do facto de a representação do actor de cinema ser apresentada pelo equipamento. A segunda assenta no facto de que uma vez que o actor de cinema não representa perante o público, não pode adaptar, durante a actuação, o seu desempenho à reacção do mesmo, possibilidade reservada ao actor de teatro. Por essa razão, o público assume a atitude de um apreciador que não é perturbado pelo actor, uma vez que não tem qualquer contacto pessoal com ele. A identificação do público com o actor só sucede na medida em que aquele se identifica com o equipamento. Assimila, pois, a sua atitude: testa. Isto não é atitude que se possam expor valores de culto. (BENJAMIN, 1992, p. 90-91)

A descrição acima é funcionalmente aplicável à música. O músico, ao gravar um disco, atua não para a câmara, mas para o microfone. Ou seja, o público é o equipamento. No espetáculo ao vivo, o público tem contacto direto com o artista e sua atuação cênica. No caso da música gravada, o mesmo não ocorre. Ou seja, como afirma Benjamin (1992), não atua em sua totalidade. Assim como existe a sequência de cenas, existe a sequência de faixas musicais; a figura do montador é análoga a do produtor musical ou *engenheiro de som*; se existem testes óticos no cinema, existem testes sonoros na música (como, por exemplo, a timbragem de uma guitarra). No entanto, como mencionei anteriormente, pode existir, sim, um valor de culto no momento da audição do álbum. O *Starsystem (G)* citado por Edgar Morin (1972) forneceu as bases para a construção das estrelas musicais. Para citar um único exemplo envolvendo passado e presente, basta observar-se a influência da atriz Theda Bara¹²⁷ na cantora Madonna (imagens a seguir):

¹²⁷ Símbolo sexual do cinema norte americano entre os anos de 1915-1920.



Fig. 46 – Theda Bara (década de 1920) ¹²⁸



Fig. 47 – Madonna (década de 1990) ¹²⁹

Benjamin aponta algumas questões que, segundo ele, acabam por comprometer a aura no momento em que o artista se vê obrigado a representar para a máquina em função da massificação da obra de arte:

A estranheza do actor perante o equipamento [...] é essencialmente do mesmo tipo da estranheza que se sente perante a própria imagem reflectida no espelho. Mas agora, a imagem é separável da pessoa, é transportável. E para onde é transportada? Para diante do público. O actor de cinema nunca deixa de ter consciência desse facto. O actor de cinema, quando está perante a câmara, sabe que em última instância está ligado ao público: ao público dos receptores, que constituem o mercado. Este mercado, no qual o actor empenha não só a sua força de trabalho, mas também todo o seu ser, no momento em que efectua um determinado desempenho, é-lhe tão inacessível como qualquer produto feito numa fábrica. Não terá esta circunstância a sua parte de influência na inibição, na nova ansiedade, que acomete o actor perante o equipamento? O cinema reage ao aniquilar da aura, com a construção artística da “personality” fora do estúdio. O culto da “estrela”, promovido pelo capital cinematográfico, conserva a magia da personalidade que, há muito, se reduz à magia pútrida do seu carácter mercantil. (BENJAMIN, 1992, p. 94-95 – grifo do autor)

Para a socióloga francesa Raymond Moulin (2007), a questão mercantil faz parte da vida artística:

¹²⁸ Fonte: <http://i26.photobucket.com/albums/c120/cathead9/theda_bara.jpg> acesso em 31/10/2008

¹²⁹ Fonte: <<http://hitnarede.com/wp-content/uploads/2008/07/madonna-dolce-e-gabbana.jpg>> acesso em 31/10/2008

A constituição dos valores artísticos efetua-se com a articulação do campo artístico e do mercado. No campo artístico são operadas e revisadas as avaliações estéticas. No mercado se realizam as transações e se elaboram os preços. Ainda que eles possuam, cada um, seu próprio sistema de fixação de valor, essas duas redes mantêm relações de estreita interdependência. (MOULIN, 2007, p. 9)

Mais uma vez, questiono Benjamin (1992): no caso da música, é o artista tão ingênuo a ponto de permitir que, em função do processo de produção em massa adotado pela *Indústria Cultural*, a *aura* de sua música seja aniquilada? Parece-me que os verdadeiros artistas não o façam. Vivemos na época das celebridades instantâneas (“15 minutos de fama de Warhol”), da busca desenfreada (e às vezes até doentia) pela fama. Não é nada raro (e quem trabalha com produção musical está sujeito a isso) encontrar artistas *wanna be*¹³⁰ que simplesmente buscam os holofotes se esquecendo de que a música é negócio, mas é arte acima de qualquer coisa. Este é um caso típico de ausência de *verdade artística*. Ou seja, posso inferir que o processo de reprodução técnica avançado não aniquila a *aura*. Artista profissional é, por definição conceitual, aquele que vive da sua arte. Assim sendo, a questão mercantil seria um mal necessário? Só porque axé, pagode ou sertanejo são moda, não adianta formar um grupo musical nesse estilo se o artista não for, em sua essência, pertencente a esse grupo social, e, acima de tudo, possua valores e vivências condizentes com esse cenário (lembre-se do “vivenciar a experiência” quando falei sobre as contraculturas). A essência deve ser orgânica e não artificial. Um artista genuíno é aquele que vive de sua arte, sendo que esta arte é verdadeira, e não simulada. Aqui encontro uma semelhança com os movimentos contraculturais: para que o movimento seja legítimo é preciso que se viva os seus ideais.

A arte é um negócio e como tal necessita de estratégias, talento, criatividade, ousadia, força de vontade e persistência. Quando falo em lucro da arte, não deve-se levar isso para o lado pejorativo. Procuo dizer com isso que os artistas e gravadoras não querem “passar a perna” no ouvinte e que este lucro não é sinônimo de enriquecimento ilícito. É, simplesmente, resultado de uma equação equilibrada em que talento, marketing e arte coexistem de forma pacífica e organizada, gerando bons resultados para todos os lados (Indústria Musical, músicos e público ouvinte). Músicos e profissionais da Indústria Musical (e aí encontra-se uma gama imensa de atores sociais tais como arranjadores, produtores musicais e executivos, *managers*, promotores,

¹³⁰ Gíria pejorativa utilizada no meio musical para designar aspirantes musicais arrogantes, ingênuos e pretensiosos que desconhecem completamente os paradigmas da Indústria Musical. (nota do autor)

divulgadores, assessores de imprensa, técnicos de estúdio) precisam comer, pagar contas e viver. Afinal, esse é o seu trabalho e é dele que provém o seu sustento. O problema existe quando a arte é deixada de lado e apenas o negócio existe. No entanto, a história mostra que essa pretensão de ludibriar a audiência acaba, na maioria das vezes, sucumbindo e morrendo num curto espaço de tempo. Se a arte for verdadeira, se o artista for fiel aos seus princípios e honesto com o seu público, arte e negócio caminharão de mãos dadas. Agora, investir numa carreira artística enxergando apenas o “negócio” puro e simplesmente é sinônimo de fracasso à vista e atestado de ingenuidade (mesmo que, como tenha afirmado George Martin anteriormente, as grandes gravadoras – segundo ele – “só pensem no lucro”).

Moulin fala sobre o conceito de artista, ao diferenciá-lo do artesão:

A natureza da lei remete a uma definição social da obra de arte herdada do século XIX. Essa definição contestada, mas dominante, é ela mesma o produto de uma história ao longo da qual a arte tornou-se autônoma, ao se diferenciar do artesanato e da indústria. A primeira etapa desse longo processo de diferenciação das atividades situa-se na Itália e ao final do século XV: as atividades do pintor, do escultor e do arquiteto consideradas como radicalmente distintas dos ofícios manuais alcançaram a dignidade de artes “liberais”. O artista não é mais um artesão, mas um criador, uma espécie de alter deus subtraído às normas comuns. A segunda época coincide com a primeira revolução industrial: à divisão do trabalho, à produção em série, aos valores utilitários, a obra de arte se opõe como produto único do trabalho indiviso de um criador único e ela exige uma percepção pura e desinteressada. (MOULIN, 2007, p. 94 – grifo do autor)

Pode parecer cruel entender que o mercado musical e artístico é um negócio, mas se o analisarmos adequadamente veremos que é isso mesmo o que ocorre e que esta constatação não é nenhum demérito. As gravadoras – principalmente as *majors* – sempre foram duramente criticadas pelos artistas, como se existissem única e exclusivamente para explorar “pobres almas indefesas”. Construir um artista, mesmo que ele seja legítimo, custa caro. Entre as décadas de 1970 e 1990, não era raro ver uma gravadora investir alto para alavancar e construir uma carreira musical. Como tudo que sobe, desce, e tudo que é investido pressupõe retorno, é lógico que este retorno acabava por vir da venda dos álbuns desses artistas. Daí o mito de exploração artística das gravadoras. Vivemos em um mundo capitalista e sabe-se que a base do capitalismo é o lucro. Claro que as gravadoras não são “santas” – e muito menos instituições filantrópicas preocupadas em promover a arte pela arte. No entanto, colocar sobre elas

esse peso solitário de culpa é uma atitude adolescente, simplória e ingênua. Livre de maniqueísmos, constato que sim, a arte verdadeira existe, mas ela é um negócio como qualquer outro (e isso não é privilégio exclusivo da música, ocorre com as artes plásticas, com a dança, com o teatro, teledramaturgia e assim por diante).

2.2 A AURA E O ARTISTA

Atualmente, a construção da *aura musical* (**G**) é indissociável do marketing. Isso ocorre, conforme expus anteriormente, devido à carga genética do *Starsystem* presente na Indústria do Disco. Conforme aponta Benjamin, “[...] a reprodutibilidade técnica da obra de arte altera a relação das massas com a arte.” (BENJAMIN, 1992, p. 100) Ou, ainda, conforme Moulin, “[...] a internacionalização da arte contemporânea é indissociável de sua promoção cultural.” (MOULIN, 2007, p. 29) Essa via tem mão dupla. A construção do artista também é alterada em função da reprodutibilidade, e, conseqüentemente, os esforços para legitimação da *aura*. Hoje a questão do belo já não se faz necessária. Embora a música pop ainda permaneça atrelada a esse paradigma, diversos artistas produzem música experimental (**G**) de aceitação razoável e tem reconhecida a sua *aura* artística. Mas, como então, se poderia identificar um artista genuíno? Como distingui-lo da massa? A resposta parece caminhar para a seguinte linha de pensamento: o artista atinge realmente o *status* de Artista quando pessoas que o desconhecem por completo começam a admirar a sua obra. E no momento em que este artista passar para o outro plano, será julgado, amado, admirado ou odiado por aquilo que produziu. Esse registro estará justamente nos seus álbuns. Se eles foram cultuados através dos tempos (mesmo depois de sua morte), teremos aí um indício de *aura* cristalizada.

2.3 PENSANDO O *AQUI E AGORA*

Embora a análise do texto de Benjamin (1992) contemple o cinema e não a música, conforme já aponte, existem muitas semelhanças. Quando o filme é colocado em cartaz, e, analogamente, no momento em que um álbum é gravado e colocado no mercado, acaba por perde-se o seu *aqui e agora*. Segundo Benjamin, desse modo a *aura* seria destruída:

O pequeno equipamento representará para o público a sua sombra, e o actor tem que se contentar com a representação perante a máquina. Pode caracterizar-se o mesmo facto da seguinte forma: pela primeira vez – e isso é obra do cinema – o homem vê-se na situação de actuar com a sua totalidade de pessoa viva, mas sem a sua aura. Porque a aura está ligada ao aqui e agora. Dela não existe cópia. A aura que se manifesta em torno de um Macbeth não pode ser separada da que, para um público ao vivo, rodeia o actor que representa aquele personagem. A especificidade do registro em estúdio cinematográfico reside no facto de colocar o equipamento no lugar do público. Assim, a aura que envolve o actor tem de desaparecer e, por conseguinte, também a do personagem representado. [...] Para a obra de arte que surge integralmente da sua reprodução técnica – como o filme – não há maior contraste que o palco. (BENJAMIN, 1992, p. 92)

O álbum gravado se comporta de forma semelhante ao que ocorre com o conteúdo musical publicado na *web*: ele é composto em determinado momento, gravado noutra e ouvido em diversos outros. Assim sendo, em grande parte dos casos, os momentos da composição, gravação e recepção ocorrem em contextos e *timelines*¹³¹ diferentes. Resumindo: o *aqui agora* se torna aqui, acolá, agora, depois. Se o disco é uma construção, o *show* o é igualmente. Deduzo que o único *aqui e agora* na sua forma mais pura só é possível na música no momento exato da composição (*in loco*). A partir daí, o *aqui e agora* começará cada vez mais a se distanciar. Para amortizar a questão, quando produz um álbum musical, o produtor busca justamente evitar que a *aura* (ou, como proponho aqui, a *alma artística*) se perca durante o processo de representação do músico para a máquina, e posterior circulação mediante a reprodutibilidade técnica e/ou digital. Ou ainda, que o público – embora apresente oscilantes variações de interpretação – consiga perceber a *aura* musical como fator presente na obra. O carácter único me parece intangível no caso da música. Talvez uma partitura “perdida” ou uma gravação caseira original esquecida possam se enquadrar nessa categoria *una e casta*. No caso dos álbuns musicais – que assim como no dos filmes cinematográficos nascem já com o propósito da circulação massiva – a *aura*, seguindo rigidamente os moldes

¹³¹ Referência à linha do tempo.

propostos por Benjamin (1992), se mostra utópica. Mesmo no caso de uma apresentação ao vivo isto é complexo, uma vez que o *aqui e agora* de uma música existiria única e exclusivamente no momento de sua concepção, isto é, de sua criação.

Retomando a analogia entre cinema e música, Benjamin aponta o caráter efêmero das sucessivas imagens que compõe um filme:

Comparemos a tela em que se desenrola um filme com a que está subjacente a um quadro. Esta última convida o observador à contemplação, perante ela pode entregar-se ao seu próprio processo de associações. Diante do filme não pode fazê-lo, mal registra uma imagem com o olhar e já ela se alterou. Não pode ser fixada. (BENJAMIN, 1992, p. 107)

Dito isto, posso pensar o seguinte: o autor afirma que a imagem no cinema não pode ser fixada. No caso da música, o mesmo poderia ser dito sobre os sons que desfilam diante do ouvinte no momento da audição de um espetáculo musical. Porém, hoje com a diversidade de suportes digitais (DVD para o filme, e CD ou *digital release* para a música), o público tem a possibilidade de repetir a experiência do contato com a obra tantas vezes quanto queira. Esse recurso permite não apenas uma maior fixação, como igualmente mudanças de percepção que podem ocorrer a cada nova exposição perante a obra.

Mas nem tudo é negativo. Para Benjamin, existe um traço positivo na reprodução, um traço emancipatório:

Poderia caracterizar-se a técnica de reprodução dizendo que liberta o objecto reproduzido do domínio da tradição. Ao multiplicar o reproduzido, coloca no lugar de ocorrência única a ocorrência em massa. Na medida em que permite à reprodução ir ao encontro de quem apreende, actualiza o reproduzido em cada uma das situações. Ambos os processos provocam abalo no reproduzido, um abalo da tradição que é o reverso da crise actual e a renovação da humanidade. (BENJAMIN, 1992, p. 79)

Complemento a idéia com a seguinte afirmação: enquanto houver CTRL V ¹³² no mundo (para propagar cópias e cópias de material sonoro bem acabado e lapidado) os artistas permanecerão vivos, eternizados pelas suas obras.

¹³² Abreviatura de Control V, comando dado em informático dentro do sistema operacional Windows para copiar dados digitais.

2.4 A AURA E O MERCADO

Parto agora para o confronto final desse sub-capítulo, apresentando uma série de questões levantadas por Moulin (2007), principalmente no que se refere ao mercado da arte nos dias atuais e sua dinâmica funcional. Julgo apropriada a terminologia sugerida pela autora para denominar o que se produz hoje no campo artístico quando diz que “[...] diante do pluralismo da cena artística, a expressão ‘arte atual’ é cada vez mais usada em substituição à de ‘arte contemporânea’” (MOULIN, 2007, p. 26 – grifo do autor). O fortalecimento deste pluralismo pode ser entendido da seguinte maneira:

O fim da visão teleológica das vanguardas modernistas favoreceu a substituição do rótulo de “vanguarda” pelo “contemporâneo” para designar ao mesmo tempo as criações associadas à tradição moderna de ruptura e as criações pós-modernas, alimentadas por referências a uma história desconstruída, que abriram caminho ao pluralismo cultural. (MOULIN, 2007, p. 25 – grifo do autor)

Noto, conforme a autora reafirma em seu texto, uma dificuldade crescente para que os novos artistas emergentes consigam agregar valor, reconhecimento e legitimação para a arte que se produz hoje, isto é, serem reconhecidos como artistas genuínos possuidores de uma *aura* verdadeira. Conforme Moulin, “[...] se todos os mercados artísticos são contextos em que reina a incerteza sobre o valor das obras, o mercado da arte contemporânea é, com efeito, o lugar da incerteza máxima”. (MOULIN, 2007, p. 9) Prosseguindo a linha de raciocínio da autora, “[...] a avaliação do valor artístico está submetida a uma dupla incerteza, ligada a características específicas da obra, e em particular a sua autenticidade, e a que diz respeito à instabilidade a média e longo prazo da hierarquia dos valores estéticos.” (MOULIN, 2007, p. 13) Moulin (2007) aponta a *excelência artística e raridade extrema* como forma de legitimação e valoração da arte, e, adaptando à linha de pensamento que propus, construção da *aura* / alma da obra. Sobre a reproduzibilidade técnica, a autora afirma que:

As novas tecnologias que implicam a desmultiplicação das obras representam desafios constantemente renovados ao mercado de arte, construído sobre os princípios da unidade e da originalidade dos bens. A partir do momento em que se trata não mais de obras singulares, mas de múltiplas perpetuamente reproduzíveis, existe risco não apenas de uma evolução rumo à banalização das imagens por sua abundância e divulgação, mas também de uma desvalorização social e econômica da arte pelo desaparecimento da raridade. Ao incorporar um número crescente de obras produzidas em exemplares múltiplos, gravuras,

fotografias, serigrafias, tiragens de impressor, vídeos, o mercado de arte deu provas até aqui de sua surpreendente capacidade de apresentar mecanismos eficazes de controle de número. Para entrar no mercado com o estatuto de obra de arte, um objeto deve ser único ou, na impossibilidade de ser único, deve ser raro. A expansão do rótulo artístico fora da definição tradicional da obra singular exige que sejam estabelecidos mecanismos de controle da raridade. A raridade artística é deliberadamente criada para ser economicamente valorizada. (MOULIN, 2007, p. 93)

A validação da obra também é levantada por Moulin:

A perícia das obras contemporâneas volta-se não para a autenticidade da obra em relação ao seu verdadeiro autor, mas para a autenticidade de sua existência enquanto arte, a qual não é independente do reconhecimento social de seu autor enquanto artista. A certificação da arte contemporânea não passa, como a da arte antiga, pela atribuição, mas pela validação enquanto arte. (MOULIN, 2007, p. 32)

Tanto Benjamin (1992) quanto Moulin (2007) mencionam questões referentes à fotografia que são complementares e aplicáveis ao mercado musical. Começando por Benjamin, ele diz que:

A partir da chapa fotográfica, por exemplo, é possível fazer uma grande quantidade de cópias, o que retira sentido à questão da cópia autêntica. Mas nesse momento, com o fracasso do padrão de autenticidade na reprodução da arte, modifica-se também a função social da arte. Em vez de assentar no ritual, passa a assentar numa outra práxis: a política. (BENJAMIN, 1992, p. 83-84)

Algumas passagens do texto de Moulin sugerem a reprodução controlada como forma de valoração. Conforme a autora:

No estado atual da legislação, apenas têm direito de ser designadas como obras de arte “as fotografias feitas por artistas, copiadas por ele ou sob seu controle, assinadas e numeradas dentro do limite de trinta exemplares, todos os formatos e suportes mesclados”. As provas póstumas são excluídas. (MOULIN, 2007, p. 98 – grifo do autor)

A idéia se complementa da seguinte forma:

Cada tiragem de uma fotografia dita plástica é acompanhada de um certificado de garantia precisando o número das tiragens em função da série, do suporte e do formato. [...] O mercado das fotografias de artista apresenta uma oferta abundante, repartida entre diversas correntes artísticas. A gama de preços é muito ampla. Eles dependem da reputação do artista, do número de tiragens

efetuadas, da dimensão das diferentes provas copiadas a partir do mesmo negativo. O preço de uma prova copiada em cinco exemplares varia muitas vezes em ordem crescente da primeira à última; o efeito de raridade é máximo se a quinta prova é a única disponível no mercado (MOULIN, 2007, p. 100)

Essa questão de numerar-se uma tiragem limitada de cópias já foi explorada por artistas da música pop (G) como instrumento de valorização artística. Como exemplo, cito o álbum “*The Best of 1980-1990*” da banda U2 (apresentado abaixo).



Fig. 48 – Capa do álbum da banda U2 – “*The Best of 1980-1990*”. Reprodução.

Cabe ressaltar que a eficácia implica no respeito a esta limitação. Novas tiragens posteriores implicariam na desvalorização da tiragem inicial. Segundo Moulin (2007), limitar ou numerar uma tiragem não é o único artifício que pode ser utilizado para valorização. Conforme seu texto, ela diz que:

No estado atual das técnicas que tornam possível a tiragem uniforme de um grande número de exemplares, pode ser arbitrariamente decidido, para valorizar uma parte da tiragem, qualificar de originais um número limitado de exemplares. Para distingui-los, é-lhes conferida tal ou tal característica: um papel diferente, uma assinatura do artista, uma observação na margem, etc. (MOULIN, 2007, p. 96)

No entanto, isso não implica em singularidade, e sim em diferenciação dentro de uma tiragem. De qualquer modo, com o passar do tempo, esta tiragem “especial” tende à raridade e pode, inclusive, representar uma *mais-valia*:

A obra de arte é um bem raro, durável, que oferece a seu detentor serviços estéticos (prazer estético), sociais (distinção, prestígio) e financeiros. Ela não fornece renda, mas devido ao fato de ser um bem móvel, suscetível de ser revendido com uma eventual mais-valia, constitui um objeto potencial de investimento alternativo a outros ativos. (MOULIN, 2007, p. 37)

Conforme Moulin, “a obra colocada à venda, quadro ou escultura, é singular e única; ela é individual e insubstituível.” (MOULIN, 2007, p. 13) Em outra passagem, é possível identificar como a autora visualiza a obra de arte:

[...] a natureza do direito relativo à obra de arte remete, hoje como ontem, a um uso rotineiro de concepções tiradas do romantismo: a obra de arte é executada pela mão do artista ou sob seu controle; ela é única ou produzida em um número limitado de exemplares; ela porta sua própria finalidade. As obras de arte distinguem-se assim das outras categorias de bens culturais (objetos de coleção e objetos de antigüidade). (MOULIN, 2007, p. 94)

Assim como a Indústria Cinematográfica, na Indústria do Disco a produção de um álbum é realizada com a finalidade de duplicação e circulação de massa. Portanto, diferente do que ocorre com a pintura ou escultura, o caráter de singularidade se torna complexo. Artistas que trabalhem em periferias *outsiders* ainda podem se dar ao luxo de pensar em tiragens pequenas e limitadas. Já os que almejam caminhar pelas alamedas do *mainstream* pop penderão para tiragens mais expressivas.

2.5 OS NEO-MARCHANDS DA AURA

No caso da arte atual, a valoração e legitimação do artista e de sua obra passam pela atuação indispensável dos *neo-marchands*:

A grande maioria das obras está sujeita a desclassificações e reclassificações sucessivas. A revisão permanente da escala dos valores obedece a motivos complexos em que se misturam às modas, a influência dos valores estéticos contemporâneos, o progresso da pesquisa erudita e dos interesses do mercado. A revisão das hierarquias é ocasionada igualmente pela rarefação das grandes obras e pela elevação dos preços. Os especialistas e os marchands levam a outras partes sua curiosidade, contribuindo assim para a renovação da oferta. (MOULIN, 2007, p. 17-18)

No caso da música, estabeleço uma relação entre os *marchands* e as gravadoras. Estas assumiriam o caráter de *neo-marchand* e teriam como dever não apenas a comercialização, mas a utilização e desenvolvimento de técnicas de marketing para construção do artista e de sua obra. Essa tarefa também recai sobre as pequenas gravadoras (selos musicais). Segundo dados contidos em seu livro intitulado “Rock e Indústria”, Chapple *et* Garofalo (1989) apresentam um gráfico que demonstra um *boom* de vendas de discos a partir da década de 1970. No mesmo período, Moulin observa que:

A partir dos anos 1960-1970, em cada grande local comercial, o setor de arte contemporânea se estrutura em torno de um número limitado de galerias leaders que contribuem para o balizamento do território artístico e para a fixação de tendências dominantes. A cada momento, em um campo artístico desprovido de uma estética normativa, muitas escolhas são efetivamente possíveis e a regulação se opera através dos conflitos entre os grandes autores culturais e econômicos que dominam e teorizam os movimentos e que controlam a oferta. A galeria leader, uma vez que tenha garantido o monopólio de uma tendência, estabelece uma estratégia de promoção destinada a fabricar a demanda suscetível de apreciar as novas criações artísticas. Ela combina, para fazer isso, as técnicas da promoção comercial com as da difusão cultural. [...] todos os atores, econômicos e culturais, agem rapidamente e de comum acordo para que os artistas sejam inseridos em todos os lugares necessários, nas grandes revistas, museus, coleções, grandes manifestações culturais e internacionais. (MOULIN, 2007, p. 27-28)

Comparando os dados, observo que assim como os atores econômicos e culturais, as gravadoras *neo-marchands* igualmente realizaram esforços para colocar os artistas musicais em evidência. As obras de arte únicas (quadros, pinturas, esculturas) são expostas principalmente em museus. Como afirma Moulin, “os museus de arte contemporânea são, pela aura do lugar e pela erudição do conservador, a instância maior de validação da arte.” (MOULIN, 2007, p. 30) E a música? O álbum serve de moldura sob a qual repousam os *fonogramas*. Sua vitrine de exposição consiste nas lojas que comercializam discos. Lojas de bairro, muitas vezes temáticas, são raras de se encontrar em atividade atualmente ¹³³. As vendas têm se dado principalmente em *shopping-centers* ou em grandes hipermercados (neste caso, misturadas às batatas e abóboras). Muitas vezes um álbum que em seu lançamento foi sucesso e teve prestígio e reconhecimento (inclusive monetário) acaba sendo reproduzido em sucessivas tiragens segundo o modelo *best price (G)* que consiste em oferecer um material com acabamento

¹³³ Um exemplo é a loja Boca do Disco em Porto Alegre/RS
<<http://www.bocadodisco.com.br>> acesso em 06/02/2010

gráfico pobre e valor de venda baixo. Consequentemente, seu valor artístico tende a decair. Proponho uma analogia partindo do pensamento de Moulin (2007): ela explana esta questão, dizendo que “um quadro de mestre é, com efeito, um valor sólido, indivisível e pouco líquido a curto prazo: se a mesma obra é revendida várias vezes em venda pública em datas próximas, ela sofre uma depreciação.” (MOULIN, 2007, p. 38) A falta de tradição também deve ser levada em conta como fator complicador: “[...] em relação à obra de arte que recebeu ‘o consentimento dos séculos’, a arte contemporânea maximiza a incerteza e o risco.” (MOULIN, 2007, p. 43 – grifo do autor). A queda das lojas especializadas também contribuíram para o enfraquecimento da *aura*.

Vivemos atualmente um momento ímpar na história. Os meios de produção e circulação encontram-se democratizados e ao alcance de várias pessoas. A internet e a informática catalisaram este processo. Ainda que a liberação do pólo emissor seja positiva (todos são emissores potenciais), e de que o lema iniciado nos anos 1960 pelos contraculturalistas daquele período, pela *Pop Art* de Andy Warhol e pelo Movimento *Punk* nos anos de 1970 sob a bandeira do “Faça Você Mesmo” possua um caráter de liberdade e igualdade (levantado, inclusive no passado pela Revolução Francesa), tudo isso acaba por dificultar a construção artística e valoração da *aura*. Benjamin (1992) mostra que, de fato, esses ideais já podiam ser observados com o surgimento da imprensa de massa e com o cinema. No caso da imprensa, observamos o que segue:

Durante séculos, a situação da escrita foi tal que a um reduzido número de escritores correspondia um número de vários milhares de leitores. No início do século passado verificou-se uma mudança nesta situação. Com a crescente expansão da imprensa, [...] uma parte cada vez maior de leitores começou por, de início ocasionalmente, passar a escrever. Tudo isto começou com a imprensa diária a abrir aos leitores o seu “correio”, e actualmente a situação é tal que quase não deve haver um europeu, inserido no mundo do trabalho, que não tenha tido possibilidade de publicar uma experiência laboral, uma reclamação, uma reportagem, ou algo afim. Assim, a diferença entre autor e público está prestes a perder o seu caráter fundamental. [...] O leitor está sempre pronto a tornar-se um escritor. (BENJAMIN, 1992, p. 96-97 – grifo do autor)

No caso do cinema, diz Benjamin que qualquer pessoa tem a possibilidade de “[...] passar de simples transeunte a figurante de cinema.” (BENJAMIN, 1992, p. 96) Complementando, “[...] em determinadas circunstâncias, qualquer um pode ser parte de uma obra de arte.” (BENJAMIN, 1992, p. 96) Ou ainda, “[...] qualquer homem,

actualmente, pode ter a pretensão de ser filmado.” (BENJAMIN, 1992, p. 96) Se todos são atores, existe público? Existe espetáculo? Os artistas que alçam reconhecimento e respeito têm sempre um traço comum: a verdade da sua arte. Esta verdade nada mais é do que a *aura musical*, que quando verdadeira, se torna imaculada mesmo mediante sua reprodução massiva. Moulin aponta que, em relação ao mercado atual:

[...] a distinção se impõe, no entanto, entre duas categorias de obras stars, de um lado as grandes obras do passado, raras, valorizadas pelo tempo e pela história, e de outro lado, as obras vedetes da arte contemporânea com destino artístico e financeiro incerto, mas altamente especulativas. (MOULIN, 2007, p. 46)

Tanto Benjamin (1992) quanto Moulin (2007) demonstram em diversas passagens de seus textos a preocupação em limitar-se as tiragens e resistir à reprodutibilidade técnica. Numa era em que a cópia digital se mostra “perfeita”, em que a multiplicidade de canais de circulação se apresenta, em que todos querem os seus minutos de fama e exposição, ir na contra-mão parece uma saída interessante.

Como aponta Moulin:

As regras jurídicas em vigor no mercado da arte, baseadas na tradição da unicidade da obra, mostraram sua solidez. Elas implicam que os novos suportes sejam utilizados na contramão de suas possibilidades tecnológicas e que não apenas as gravuras, mas as fotografias não sejam produzidas além de um certo número. O mesmo ocorre com o vídeo, ao menos nas práticas comuns do mercado da arte. O que acontecerá com as obras eletrônicas fixadas em disquetes ou papel de impressora, todas potencialmente candidatas à entrada no mercado das obras de arte? Todos os comentadores sublinham o caráter híbrido e mestiço das atitudes e das formas que têm direito à denominação de arte. Não se fala mais de pintores, escultores, gravadores, instaladores, fotógrafos ou videastas, mas de artistas. São muitos os que passam de um meio de expressão a outro, ou em utilizar vários deles conjuntamente. No momento em que o uso dos meios tradicionais, em particular a pintura, reaparece na dianteira do cenário artístico, em Paris, como em Londres e Chelsea, não faltam artistas para experimentar a criação on-line (MOULIN, 2007, p. 102).

Uma das técnicas sugeridas pela autora seria aquela segundo a qual existe um controle rígido na tiragem:

A câmera de vídeo é, com o aparelho fotográfico, um dos instrumentos importantes da criação artística atual. Desde que se trate de vídeo, existe apenas uma obra original no sentido histórico do termo, o master, que se apresenta sob diferentes formas: uma fita VHS, um filme de 35 ou 16 mm, uma fita Beta, um DVD. Ainda que a legislação não mencione as videoimagens sob

a rubrica “obra de arte” à qual nos referimos, os procedimentos de rarefação são calcados naqueles da fotografia: tiragem limitada, certificado de autenticidade contando o número de exemplares, o número de série e a assinatura do artista. O artista é proprietário do master que é o equivalente do negativo do fotógrafo ou do molde do fundidor. São editadas em geral três “cópias originais” para o mercado e uma ou duas provas de artista (MOULIN, 2007, p. 100-101 – grifo do autor).

No caso do disco, seguidamente observo apelos da Indústria Fonográfica tendo em seu discurso citações como “Não compre CD pirata, compre original”. Estaria correta essa colocação? Conforme Moulin,

[...] é a partir de um gesso original que são tirados os exemplares em bronze, todos autênticos porque têm a mesma proveniência, mas não originais. Tomemos o exemplo da gravura de tipo clássico feita a partir de uma placa de cobre: é a placa gravada que constitui o verdadeiro original; os exemplares tirados a partir desse original único são todos cópias. (MOULIN, 2007, p. 96)

Observo então que o apelo refere-se a cópias com procedência original, mas não o original de fato. Já as artes plásticas gozam de certa regalia. Observemos o modelo apresentado por Moulin:

Diante da escultura do século XIX que se prestava por suas técnicas à multiplicidade, a escultura do século XX privilegiou as obras únicas. Numerosas esculturas contemporâneas em papelão, barbante, chapa de ferro, sucata, etc., não são concebidas para serem reproduzidas. (MOULIN, 2007, p. 96)

Talvez uma instalação sonora pudesse se encaixar nesse modelo descrito. Um álbum musical, jamais. As tentativas de validação podem extrapolar o campo da reprodução e incluir o campo da exposição quando o número de exemplares é certificado e as condições de exposição e de circulação são prescritas pelo artista. (MOULIN, 2007) Como aponta Benjamin, “[...] a recepção da arte verifica-se com diversas tónicas, das quais se destacam duas, polares. Uma assenta no valor de culto, a outra no valor de exposição da obra de arte.” (BENJAMIN, 1992, p. 84-85) Ou ainda, conforme exemplifica Moulin:

Os artistas, zelosos da singularidade de sua obra, exigem muitas vezes que as fitas de vídeo, adquiridas por um museu, sejam mostradas no contexto de uma instalação multimídia, com vários monitores, acompanhadas de objetos, o caráter reproduzível da imagem sendo contrabalançado pela não-reproduzibilidade de forma idêntica da instalação. (MOULIN, 2007, p. 101)

Em 2007, escrevi um artigo intitulado “Ai que saudades do meu vinil”. Este artigo foi publicado na revista *Backstage*¹³⁴. Trata-se de um relato testemunhal que auxilia a compreender o que apresentei até aqui. Abaixo, resgato algumas passagens para posterior análise:

[...] agora, nem sequer CDs a gente manipula mais. Entramos na era virtual e manipulamos arquivos de áudio, principalmente o MP3, formato mais aceito pela grande maioria das pessoas. Pensei novamente e me perguntei: será que evoluímos ou involuímos com isso tudo? Quando a gente está superacostumado com a sonoridade de um álbum que possuíamos em vinil e passamos a ouvi-lo no formato CD ou até MP3, o que se nota, principalmente em obras remasterizadas, é que o som é e não é o mesmo. Por muitas vezes fica tudo tão polido, tão bonitinho que parece que a química orgânica de certas músicas perde força. Ruídos que nos eram familiares desaparecem e outros que não podíamos ouvir (pela sonoridade “mais pobre”) acabam aparecendo. Isso tudo resulta em um colorido um pouco diferente, às vezes mais desbotado, às vezes mais vibrante e saturado. (PALUDO, 2007, p. 36 – grifos do autor)

[...] Quando comprávamos um vinil novinho em folha, como era prazeroso sentir aquele cheirinho de disco novo, abrir a embalagem, examinar e manipular tanto a bolacha quanto a capa e encartes e colocar a agulha para funcionar. Até os chiados, cliques e pulos eram míticos. Por outro lado, fomos gradualmente caminhando para um reducionismo. Primeiro em tamanho e forma, depois em economia de detalhes (quantos CDs são vendidos por aí com um encarte simples e incompleto de míseros 12x24 cm), até chegarmos ao reducionismo absoluto em que o encarte não passa – quando existe – de uma imagem em JPG com um punhado de kbytes. (PALUDO, 2007, p. 38)

Agora, com certeza, não foi o preço de venda ao consumidor direto o único elemento que contribuiu e contribui cada vez mais para o desinteresse do público. O custo dos vinis era mais atrativo, assim como sua riqueza de detalhes, além, como já mencionado, da própria satisfação que o ouvinte sentia em manipular fisicamente a obra, mesmo sabendo-se que sua durabilidade e robustez não eram das melhores (PALUDO, 2007, p. 38).

Ao mesmo tempo em que a difusão e a produção da música se democratizaram de forma avassaladora, o interesse pela aquisição diminuiu consideravelmente. Veja bem que o desinteresse não é de todo pela audição, mas sim pela aquisição. Música virou artigo de domínio público. E esse dado preocupante é sentido principalmente na nova geração de ouvintes que já cresce na era MP3 e muitas vezes desconhece o esforço mental, emocional e econômico necessário para se produzir um álbum. A construção coletiva e difusão de conhecimentos refletida em idéias bem-sucedidas como Orkut, MySpace e You Tube são provas dessa revolta do consumidor versus gravadoras (principalmente contra as *majors*). Já que o único recurso de sedução que nos restou é a própria música em si, devemos ter muito mais cuidado e capricho se quisermos obter

¹³⁴ Possui uma coluna mensal na revista *Backstage*.

resultados satisfatórios no mercado. Realmente, não sei se o futuro será a distribuição livre e gratuita de faixas, promos e álbuns. O artista, então, teria como fonte de renda *souvenirs*, participação em campanhas publicitárias e cachês artísticos recebidos por apresentações. O que disse acima é mera especulação, porque ninguém sabe ao certo onde isso tudo vai parar. De qualquer modo, sinto que estamos voltando a valorizar periféricos *vintage* analógicos quando comparados com *synths virtuais* ou processadores de efeitos via *plug-ins*. Será o vinil a “novidade” do futuro? A Phoenix que ressurgir das cinzas e deixará nosso universo musical mais colorido? Quem viver, verá... (PALUDO, 2007, p. 38 – grifo do autor).

Os discos de vinil possuíam o seu romantismo. Eis que em 2008, um ano após o meu questionamento, observo o seu ressurgimento, a Indústria Musical colocando-os novamente em circulação. Conforme imagem apresentada adiante, tomando como base o álbum “*Surrealistic Pillow*” (lançado originalmente em vinil no ano de 1967) do grupo de *rock* Jefferson Airplane, noto que a Indústria procura recuperar seu prestígio, seja através dos saudosistas ou por meio dos novatos que apresentem algum potencial de curiosidade latente. É interessante observar que alguns desses álbuns (como o citado no exemplo) foram lançados originalmente em *mono* para posterior “reconstrução” em *estéreo*. Algumas reedições atuais em vinil – como forma de preservar-se a *aura musical* – têm o cuidado de serem editadas não em *estéreo*, mas sim em *mono*, procurando desse modo preservar as características “puras” do material original.

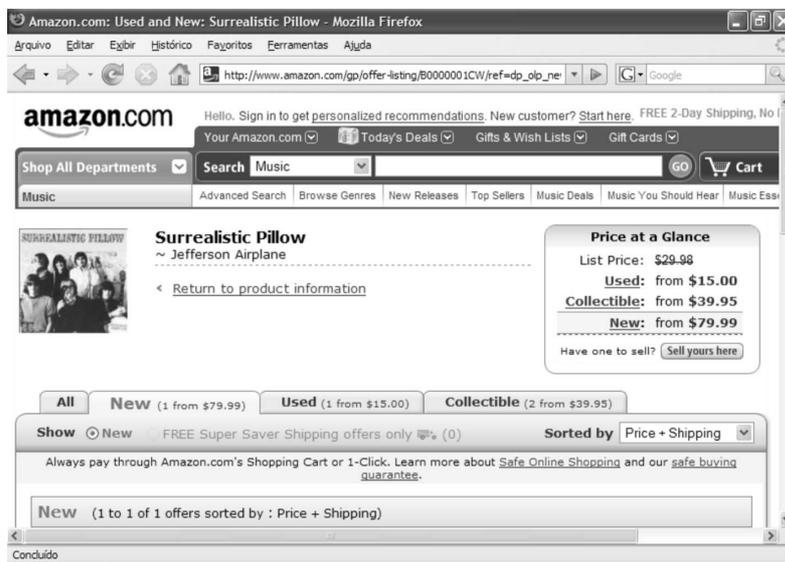
EDIÇÃO EM CD



Fonte:
<<http://www.livrariacultura.com.br>> acesso em 02/11/2008.

Fig. 49 – *printscreen* “Surrealistic Pillow” (Jefferson Airplane).
Edição CD.

Fonte:
<<http://www.amazon.com>> acesso em 02/11/2008.



EDIÇÃO EM VINIL

Fig. 50 – *printscreen* “Surrealistic Pillow” (Jefferson Airplane).
Edição Vinil.

Embora uma série de artistas demonstrem certo deslumbramento com o pensamento tecnológico vigente, outros repudiam-no e seguem firmes em seus ideais puristas. É o caso da banda de *rock* AC/DC. Conforme a matéria intitulada “Nós te saudamos, AC/DC” publicada no jornal Zero Hora ¹³⁵ assinada pelo jornalista Roger Lerina, “[...] a nova profissão de fé roqueira do quinteto chama-se Black Ice, disco que já vendeu mais de 5 milhões de cópias – e que a banda se recusa a comercializar pela internet.” (LERINA, 2008, p. 6). Ao final da matéria, o jornalista escreve:

Em tempos em que o rock anda de braços dados com a música eletrônica e as novas tecnologias, é no mínimo curioso que uma megabanda dê de ombros para a incontornável presença da internet: Black Ice saiu em CD e até em vinil, mas o grupo recusou-se a comercializar as músicas separadamente na rede pelo iTunes. “Nós não fazemos compactos, nós fazemos álbuns”, justifica Angus ¹³⁶ (LERINA, 2008, p. 6 – grifos do autor).

Em uma análise superficial, pode realmente parecer estranho nadar contra a maré. Porém, o pensamento expresso pelo integrante do grupo AC/DC aponta para o que propus nesse sub-capítulo. Se a música sempre foi virtual, o álbum físico – esteja ele disponível no suporte CD ou vinil – não é uma simples moldura para a obra de arte musical. Tudo o que o compõe (o projeto gráfico, o encarte, a capa, as letras, a ordem das faixas, fotos e a própria música) são, de fato, parte integrante da *aura musical*. Não são – como pode parecer em um olhar mais desatento – meros adereços.

2.6 REMIXANDO...

No caso da música pop, a criatividade pode ser entendida como o equilíbrio da equação “reprodutibilidade técnica” *versus* “preservação da *aura*”. Para Benjamin (1992), isso seria impossível. Para Moulin (2007), as cópias controladas poderiam ajudar. Parece-me que o que tem de certo modo aniquilado a *aura* não é a sua reprodutibilidade, mas a vulgarização das cópias e, paralelamente, o retorno à imaterialidade da música. O álbum físico personifica a obra e sua *aura*, torna-a palpável. Embora ela continue sendo virtual, a soma dos elementos abstratos (conjunto de *fonogramas*) com os concretos (arte gráfica, ordenamento dos fonogramas,

¹³⁵ Um dos principais jornais do estado do Rio Grande do Sul.

¹³⁶ Angus Young, guitarrista, compositor e líder do grupo de rock AC/DC.

concepção geral do álbum) deve ser buscada por aqueles que não quiserem ter a sua *alma musical* (*G*) reduzida a pó. O que reivindico, aqui, é a revitalização do culto da audição contemplativa-imersiva. Claro que o talento é imprescindível. Aqueles que conseguirem criar obras relevantes, tão relevantes que independentemente do número de cópias ou suporte em que forem acondicionadas consigam deixar a *aura* intacta, terão como recompensa a permanência no *hall* de reconhecimento artístico independente de modismos. Mas, no momento em que os *fonogramas* são comercializados de forma isolada, simples arquivos binários que não prezam pela qualidade sonora, quando o álbum material sai de cena e entra o virtualizado, a *aura* tende a se corroer. O espetáculo sempre será supremo. Porém, ele possui um tempo orgânico de vida útil. A experiência ao vivo depende do artista estar vivo. O álbum gravado proporciona que novas gerações tenham contato com a obra. Vai se o *aqui e agora*, permanece a *aura*.

Dando continuidade ao estudo, uma vez discutida a *aura*, passarei ao próximo ponto, analisando um reflexo influenciado pela dificuldade perceptiva da *aura*.

3. CYBERHOODS E A EMISSÃO MUSICAL CONTEMPORÂNEA

tags: cibercultura, música, emissão

Neste sub-capítulo irei propor uma reflexão sobre a democracia proporcionada pela cibercultura para o pólo emissor de disseminação da música, apontando lados positivos e negativos. Farei essa análise utilizando autores da escola francesa – principalmente Pierre Lévy (1996) – e questões levantadas por André Lemos (2004). Me apropriarei, também, da fábula de Robin Hood como metáfora, estabelecendo conexões entre ela e atores sociais identificados neste contexto.

3.1. MUDANÇAS NO POLO EMISSOR

Primeiramente, observarei como Pierre Lévy (1996) trata a questão da mutação do paradigma emissor na *web*. Segundo Lévy, ocorre uma alteração no pólo emissor. Ao contrário dos meios de massa tradicionais (paradigma UM-TODOS), o ciberespaço (**G**) permite que todos sejam emissores e receptores (TODOS-TODOS):

[...] os meios de comunicação clássicos (relacionamento um-todos) instauram uma separação nítida entre centros emissores e receptores passivos e isolados uns dos outros. As mensagens difundidas pelo centro realizam uma forma grosseira de unificação cognitiva do coletivo e instauram um contexto comum. Todavia, esse contexto é imposto, transcendente, não resulta da atividade dos participantes no dispositivo, não pode ser negociado transversalmente entre os receptores. O telefone (relacionamento um-um) autoriza uma comunicação recíproca, mas não permite visão global do que se passa no conjunto da rede nem a construção de um contexto comum. No ciberespaço, em troca, cada um é potencialmente emissor e receptor num espaço qualitativamente diferenciado, não fixo, disposto pelos participantes, explorável. Aqui, não é principalmente por seu nome, sua posição geográfica ou social que as pessoas se encontram, mas segundo centros de interesses, numa paisagem comum de sentido ou do saber. Segundo modalidades ainda primitivas, mas que se aperfeiçoam de ano a ano, o ciberespaço oferece instrumentos de construção cooperativa de um contexto comum em grupos numerosos e geograficamente dispersos. A comunicação se desdobra aqui em toda a sua dimensão pragmática. Não se trata apenas de uma difusão ou de um transporte de mensagens, mas de uma

interação no seio de um situação que cada um contribui para modificar ou estabilizar, de uma negociação sobre significações, de um processo de reconhecimento mútuo dos indivíduos e dos grupos via atividade de comunicação. O ponto capital é aqui a objetivação parcial do mundo virtual de significações entregue à partilha e à reinterpretação dos participantes nos dispositivos de comunicação todos-todos. Essa objetivação dinâmica de um contexto coletivo é um operador de inteligência coletiva, uma espécie de ligação viva que funciona como uma memória, ou consciência comum. (LÉVY, 1996, p. 113-114)

Quando faz-se referência ao pólo emissor da música (ou emissores musicais), deve-se entendê-lo como todo e qualquer artista (amador ou profissional) que produz música e utiliza qualquer meio disponível para fazer com que sua obra circule. O termo “circulação” ganhou força nos dias atuais (cabe lembrar que até alguns anos atrás, a circulação era chamada pelo mercado musical comumente de “difusão”). Existem diversas correntes de autores (André Lemos, Pierre Lévy e Lúcia Santaella são exemplos) que defendem a internet e o ciberespaço como centros livres de circulação. No entanto, para outros autores como Dominique Wolton (2003), esta democracia é parcial (e, em alguns casos mais extremos, nula ou pouco relevante), como apontarei mais adiante.

As vitrines virtuais são tão amplas quanto a diversidade de conteúdo e informação que circula no ciberespaço. As interfaces de criação e inserção de conteúdo são relativamente amistosas – dispensando um conhecimento aprofundado sobre programação de computadores. Porém, aqui começa a aparecer um problema que pode passar despercebido a um olhar mais desatento: inserir conteúdo não significa comunicar. O fato de um artista novato criar uma página em algum site de rede social voltado à música (aprofundarei adiante) não implica diretamente na audição massiva de sua obra musical. Por outro lado, se este artista figurar como atração de um programa de TV aberta, sua obra será ouvida (recebida) por um número considerável de pessoas.

Sob uma ótica otimista, a virtualização dos meios de produção necessários para gerar-se música vem contribuindo significativamente para a democratização da elaboração e criação musical. Como disse anteriormente, até a década de 1990, produzir um álbum musical com qualidade técnica exigia um investimento considerável (entenda-se, aqui, que este investimento refere-se apenas à questão da produção da matriz desse álbum, e não de suas cópias ou marketing promocional de lançamento). Segundo minha experiência cotidiana, o tempo médio gasto para a produção de um

álbum é de 150 (cento e cinquenta) horas de estúdio. O valor da hora de estúdio profissional *top de linha* nos anos 1990 girava um torno de R\$ 250,00 (duzentos e cinquenta reais). Assim, só em horas de estúdio, um artista teria de investir R\$ 37.500,00 (trinta e sete mil e quinhentos reais). Atualmente, com o advento dos *home-studios*, este custo caiu consideravelmente. Hoje, uma placa de áudio para uso profissional (como as apresentadas anteriormente) não custa mais do que R\$ 1.000,00 (hum mil reais). Os *softwares* de produção do tipo *DAW* emulam as funções reais de um estúdio real, transformando o computador em um estúdio virtual. Existem sites como o Magesy¹³⁷ nos quais é possível baixar e instalar cópias piratas dos *softwares* de áudio mais sofisticados. Desse modo, o artista pode produzir o seu material musical em casa, com qualidade, para posteriormente inseri-lo no ciberespaço.

3.2 NOVAS FERRAMENTAS PARA NOVOS TEMPOS

Mas o que seriam exatamente estas “ferramentas virtuais” utilizadas na produção musical contemporânea? Primeiro, é importante lembrar que a criação musical atual padece de uma certa aflição criativa: é possível criar um estilo musical totalmente novo? Através da análise de alguns recortes históricos, pude observar traços que ajudam a compreender os alicerces da nova música. Como descrevi anteriormente, a Música Concreta produzida no início do século passado já utilizava a técnica do recorte e colagem e da releitura das obras, técnica essa que foi explorada pela *Pop Art* de Andy Warhol na década de 1960 e reciclada nos anos 2000. Os anos 1990 marcaram a explosão de duas ferramentas imprescindíveis para a música: a massificação do *sampler* e da linguagem MIDI. Wisnik explica essas ferramentas:

Os sintetizadores se refinaram e se massificaram. Suas derivações mais recentes, os samplers, são aparelhos que podem converter qualquer som gravado em matriz de múltiplas transformações operáveis pelo teclado (seja a voz de qualquer pessoa, o pio de um pássaro, uma tampa de panela...). O sampler registra, analisa, transforma e reproduz ondas sonoras de todo tipo, e

¹³⁷ <<http://www.magesy.net>> – portal no qual internautas disponibilizam gratuitamente cópias piratas de *softwares* de áudio; acesso em 24/06/2008. Obs: o site foi tirado do ar em 2009. (nota do autor)

superou de vez a já velha polêmica inicial entre a música concreta e a eletrônica (pois num estado tal de produção de simulacros diluiu-se a oposição entre o gravado e o sintetizado, o som real e o inventado). (WISNIK, 1989, p. 47-48).

Fazendo um *link* entre a questão do ruído (abordada no sub-capítulo referente à Música Concreta), Wisnik aponta para a mesma direção de Russolo, ao afirmar que: “O objeto sonoro é o ruído que se reproduz em toda parte, além de passar por um processo sem precedentes de rastreamento e manipulação laboratorial das suas mais ínfimas texturas (gravado, decomposto, distorcido, filtrado, invertido, construído, mixado).” (WISNIK, 1989, p. 47) Wisnik (1989) lembra que o *sampler* é um instrumento capaz de gravar qualquer tipo de som para posterior manipulação. Possibilita, ainda, a construção e aplicação de *loops* (**G**) na construção musical. Em conjunto com o *sampler*, temos os chamados *sequenciadores* (**G**). Como explica o autor:

Um seqüenciador é um tipo de programa de computador por meio do qual podemos gravar e transmitir instruções como esta: toque tal nota em tal instante com tal intensidade e tal duração (partituras inteiras são injetadas nele). O computador envia essas instruções para um sintetizador ou um sampler, que as executam com o som (o timbre) que estiver programado. Uma mesma instrução pode ser parcial ou integralmente alterada. Você pode ter um timbre de piano executando uma sonata, e apenas graves soando como um contrabaixo. As mesmas notas poderão ser executadas com outros timbres: de vozes corais, de flautas, de cordas, etc. A possibilidade de alteração e combinação de múltiplos timbres sobre uma mesma seqüência de notas permite desenvolver arranjos. (WISNIK, 1989, p. 259 – grifo do autor)

Após as considerações de Wisnik (1989), sugiro pensar a democratização dos instrumentos produtivos partindo de um exemplo ilustrativo: imagine um músico que possui um *home-studio* e deseja utilizar um piano de cauda em uma canção. No entanto, ele não dispõe deste piano, quer seja pelo custo elevado do instrumento, ou por questões físicas de falta de espaço para acomodar o instrumento em sua casa. Através da utilização do *sampler* e da linguagem MIDI (que permite que computadores controlem dispositivos musicais externos ou que estes sejam utilizados como interface de programação musical), ele pode “carregar” no *sampler* amostras de som de um piano de cauda real e gravar uma execução simulada (programada através de sequenciadores via linguagem MIDI) que possivelmente só será percebida como simulação por ouvidos mais apurados. Para o ouvinte comum, o músico emissor realmente tocou um piano de cauda. Sejam estas amostras pirateadas ou adquiridas de forma legal, o músico – que

antes não poderia executar tal tarefa de acordo com as limitações descritas anteriormente – vê diante de si a possibilidade de superar as limitações físico-econômicas com a utilização do piano virtualizado (mesmo que compre as amostras de forma legal, seu custo é bem inferior ao de um piano real). Sob este olhar, realmente ocorreu uma democratização positiva. A situação descrita aqui é similar àquela apresentada anteriormente quando um produtor sozinho em casa dá conta de produzir uma canção completa sozinho.

Lemos (2004) aponta a cibercultura como catalisadora da liberação do pólo emissor. Existe uma relação de proximidade entre ele e Lévy (1996), tanto no que se refere à definição do que é a *web* como na questão de que a *web* não é nem totalmente boa, nem totalmente má e nem isenta. Para Lemos:

A internet é um espaço de comunicação propriamente surrealista, do qual ‘nada é excluído’, nem o bem, nem o mal, nem suas múltiplas definições, nem a discussão que tende a separá-los sem jamais conseguir. A internet encarna a presença da humanidade a ela própria, já que todas as culturas, todas as disciplinas, todas as paixões aí se entrelaçam. Já que tudo é possível, ela manifesta a conexão do homem com a sua própria essência, que é a aspiração à liberdade. (LEMOS, 2004, p. 12 – grifos do autor)

Segundo Lévy, a *web* não é “[...] nem boa, nem má, nem neutra.” (LÉVY, 1996, p. 11-12) O autor entende, ainda, que ela é uma “[...] turbulenta zona de trânsito para signos vetorizados.” (LÉVY, 1996: p. 46) Já Lemos (2004) cita o pensamento de William Gibson (2008) que a define como uma “alucinação coletiva consensual”.

Sob o aspecto técnico, realmente me parece que a cibercultura e a informática contribuíram de forma positiva para alavancar a produção musical. No entanto, no momento em que todos se tornam emissores potenciais, ocorre um problema profundo na construção do imaginário que cerca a carreira musical. Em 1998, quando escrevi a minha monografia de graduação, analisei a construção do mito no mercado fonográfico¹³⁸. Mito e música possuem uma relação estreita de proximidade. O artista é idolatrado pelo público, pois, assim como os super-heróis, está além do humano. No caso do mito, pode-se observar de forma análoga, o que ocorre com os astros da música pop: o artista assume uma imagem mítica, poderosa; o palco se converte em um altar de adoração; os

¹³⁸ “Kiss, O Mito Vivo” por Ticiano Paludo. Monografia. Porto Alegre: 1998. Disponível em <<http://www.eproducer.com.br>> acesso em 24/06/2009.

shows num ritual de celebração e contemplação de mão dupla, ou seja, celebração do ídolo e celebração da própria vida do público. A troca de energias (como relatei, às vezes extrapolando certos limites como no caso do *Punk*) entre público e artista reforça esse conceito de cerimônia. Mas, como aponta Jean Baudrillard (1997), a liberação do pólo emissor pode enfraquecer e até destruir o mito:

[...] o espectador só se torna realmente ator quando há estreita separação entre palco e platéia. Tudo, porém, concorre, na atualidade, para a abolição desse corte: a imersão do espectador torna-se convival, interativa. Apogeu ou fim do espectador? Quando todos se convertem em atores, não há mais ação, fim da representação. Morte do espectador. Fim da ilusão estética. (BAUDRILLARD, 1997, p. 146-147)

3.3 AS MU(DANÇAS) NO ESPETÁCULO

Um problema que fica evidente aqui é o desaparecimento do jogo de sedução entre artista e público. No momento em que emissores e receptores possuem o mesmo “poder de interação e alteração”, quando o público “sobe ao palco” para fazer parte do espetáculo, a ilusão mítica se fragiliza e, conseqüentemente, o artista perde a sua força, como se o Superman se convertesse em definitivo em Clark Kent ¹³⁹, ou, em efeito inverso, como se todos agora fossem o Superman. Em “A Sociedade do Espetáculo”, Guy Debord (2000) aponta o modelo de espectador ideal que pode ser relativizado e aplicado ao modelo adotado pelas grandes gravadoras: “O espectador é suposto ignorante de tudo, não merecedor de nada. Quem fica sempre olhando, para saber o que vem depois, nunca age: assim deve ser o bom espectador.” (DEBORD, 2000, p. 183) Se o espectador do ciberespaço deixou de ser passivo (lembrando que esta passividade é questionável) e, inclusive, assumiu o papel de emissor (papel este que antes pertencia apenas ao artista, às grandes gravadoras e aos meios de comunicação de massa), isto pode implicar – numa leitura crítica – na morte do artista.

¹³⁹ Identidade secreta do Superman, super-herói da DC Comics.

Esta questão da morte do artista é relevante e serve como exemplo de um lado negativo da “Era Digital”. De fato, hoje os artistas que mais sofrem com isso são aqueles que encontram-se em processo construtivo de sua carreira. Não devemos, assim, fechar os olhos para este sintoma questionador da perda de forças do mito. Há pouco tempo atrás, o mercado fonográfico estava dividido basicamente em dois pólos simbólicos distintos: *mainstream* e *underground*. No primeiro pólo, inseriam-se aqueles artistas com contrato assinado com grandes gravadoras e que contavam com um bom investimento de verbas para promoção e circulação, figurando freqüentemente como atração em veículos tradicionais de comunicação de massa (rádio, TV, jornal e revista). No segundo patamar, estavam os artistas contratados por pequenas gravadoras (como explanei, conhecidas como *selos*) ou até sem contrato de gravação e que, normalmente, não tinham espaço algum na mídia tradicional (exceto por esporádicas aparições – de certo modo insignificantes para o processo construtivo de sua identidade mítica). Com a *web*, todos agora ocupam o mesmo espaço: o do virtual. Porém, o artista *mainstream* já construiu a identidade mítica utilizando-se dos meios persuasivos e marqueteiros adotados pela Indústria Fonográfica, através de estratégias cuidadosamente elaboradas por equipes especializadas nesta construção. Deste modo, sua inserção na cibercultura é vista como aproximação positiva por parte do público (artista e público mais próximos), e não como demérito. Já o artista novato emergente tem dificuldade de realizar essa passagem do plano comum (aonde encontra-se o ouvinte receptor) para o plano mítico (no qual habitam as estrelas, o *Starsystem*). A própria Indústria Fonográfica sente na pele o enfraquecimento de um modelo de negócio que perdurou firme por décadas e agora agoniza em crise. Artistas do porte de Madonna estão abandonando as *majors* e lançando seus trabalhos de forma “independente”. Tomando um exemplo nacional, Marisa Monte sempre foi responsável pelo controle e gerenciamento de sua produção artística (ainda que associada a uma *major*). Aliás, o termo *independente* foi colocado entre aspas, pois parece-me mera ficção. De fato, todos dependem de todos dentro da cadeia produtiva musical. Sem público, não há carreira artística que se sustente. Para que a carreira exista, como afirmei no início desse estudo, uma gama de profissionais devem atuar dando suporte ao artista. Para que eles sejam remunerados, deve haver venda. Para haver venda, deve haver interesse. O interesse está diretamente ligado à construção mítica e valorização aurática. Sublinhando, o que difere um músico profissional de um amador, não é – como muitos pensam – o fato do primeiro possuir uma técnica musical superior ao segundo. Deve-se entender como profissional

aquele artista que vive de sua arte, ou seja, que utiliza a sua arte como fonte principal de renda e sustento econômico. O artista necessita de condições e meios (quer sejam físicos, virtuais ou a combinação de ambos) para dar vida à sua criação e colocá-la em circulação na corrente sanguínea do mercado consumidor. Este processo envolve um grande número de atores sociais. Assim sendo, tudo depende de tudo para funcionar.

Vê-se uma certa inversão da pirâmide produtiva. Alguns artistas emergentes têm conseguido provar que podem não só sobreviver, mas viver muito bem independente de estarem atrelados a uma *major*. O que chama à atenção é que embora alguns cantores e/ou bandas “surjam” no ciberespaço, quando alcançam reconhecimento e sucesso, acabam fazendo a volta para o modelo tradicional, não só de comercialização, mas de exposição pública massiva. Por exemplo, o artista X consegue um bom número de fãs no Myspace ¹⁴⁰ (modelo não convencional) e em consequência disso começa a figurar em programas da TV aberta, jornais e revistas de grande circulação e rádio (modelo tradicional). Isto mostra que, embora a internet tenha contribuído como vitrine alternativa, ela parece não conseguir dar conta de tudo sozinha, pelo menos até esse momento.

Wolton (2003) questiona essa valsa dos modismos e das revoluções, lembrando que a técnica em si parece ter pouca eficácia como elemento libertador no plano da comunicação: “A comunicação está reduzida às técnicas, e as técnicas tornam-se o sentido, a ponto de se chamar a sociedade do futuro de ‘sociedade de informação ou de comunicação.’” (WOLTON, 2003, p. 31 – grifos do autor) Ele complementa este pensamento:

[...] o essencial é menos a performance da ferramenta do que a ligação existente entre esta técnica, o modelo cultural de relacionamento dos indivíduos e o projeto para o qual esta tecnologia está destinada. A técnica não é o suficiente para mudar a comunicação na sociedade, e é por esta razão que numerosas ‘revoluções das tecnologias de comunicação’ não tiveram o impacto esperado, simplesmente porque não estavam em sintonia com nenhum movimento mais geral relativo à evolução do modelo cultural de comunicação. (WOLTON, 2003, p. 33 – grifos do autor)

¹⁴⁰ <<http://www.myspace.com>> Um dos sites de rede social mais utilizados para promoção musical.

Seguindo em suas críticas, Wolton (2003) – que defende a TV pública aberta por conta da coletividade e da defesa do Estado Nação – questiona a *web* mostrando que ela parece mais um capricho narcisista do individualismo do que uma revolução cultural de grupo:

Fala-se somente da Net, detentora de todas as virtudes, e que constituiu o exato simétrico de tudo que desagradava nas mídias de massa. No que diz respeito a estas, fala-se apenas de ‘dominação cultural’ e de ‘passividade’: quanto à Net, trata-se apenas de ‘liberdade individual’, de ‘criatividade’. [...] Estes modismos vão todos em uma mesma direção: a submissão ao que surge, a crença cega na técnica e no mercado, a certeza de que tudo vai mudar na comunicação humana, familiar, no trabalho, no lazer, na política, com a multiplicação das tecnologias de comunicação. O resultado é simples: a tecnologia define o conteúdo da comunicação. [...] O modismo das mídias temáticas, depois das mídias interativas, não constituiu uma ‘superação’ da problemática das mídias de massa, mas constituiu, antes de tudo, uma adaptação à evolução atual, em direção a uma individualização dos gostos e dos comportamentos. (WOLTON, 2003, p. 34-35)

Embora o autor não esteja de todo errado, tendo em vista a diversidade de expressões artísticas existentes no mundo, parece-me fatalista em demasia o posicionamento de Wolton (2003). Os veículos de massa utilizam critérios questionáveis no julgamento que fazem ao determinar o que deve (ou não) ir ao ar, isto é, tornar-se público. Acabam, de certo modo, “censurando” algumas manifestações culturais em prol de outras. Isso não é novidade. Lógico que o espaço na grade de programação de uma emissora de massa (seja de que tipo for, isto é, impressa ou eletrônica) é limitado e, portanto, é utópica a idéia de apresentar o mundo inteiro e sua pluralidade neste espaço que possui uma limitação física evidente (fato que a internet, gradativamente, parece querer dar conta). Acredito que tudo depende do prisma em que repousa o nosso olhar. Realmente, conforme aponta Wolton (2003), o paradigma base de toda comunicação de massa – que pressupõe um único emissor, mensagens e uma gama considerável de receptores – não se enquadra na *web* (afinal não temos um único emissor), mas, também não é uma falácia (no caso das redes telemáticas) como ele sugere. De fato, apresenta-se em configuração diferenciada: o acesso à vitrine depende de certos fatores básicos, desde conhecimentos mínimos para operar um computador e navegar por esta rede até o acesso propriamente dito à rede (provedores de conexão). Todos têm a oportunidade de compor a sua emissora. Assiste à programação quem quer (no caso da internet, aonde as relações se estabelecem por afinidades de gostos individuais, escolhe-se aquilo que interessa, ou não). E, como aponta Michel Maffesoli (1988), equacionar esta problemática não é uma tarefa fácil: “[...] é preciso que

saibamos admitir a contradição na estática e na dinâmica das sociedades.” (MAFFESOLI, 1988, p. 58) No entanto, voltando ao Myspace (e pode-se pensar em qualquer site de rede social que ofereça música para audição ou *download*), em dado momento, tenho a nítida impressão de que Wolton (2003) está coberto de razão. O Myspace parece, às vezes, como um cardápio tão grande, tão vasto, tão apetitoso, que fica impossível escolher algum prato. A informação é tamanha que na verdade corre-se o risco de não informar absolutamente nada, de se transformar num inibidor ou moderador de apetite musical.

Seguindo a linha de questionamentos, no caso da Indústria Fonográfica é interessante estabelecer um paralelo entre o Feudalismo e algumas questões levantadas por Buadrillard (2007) em “Power Inferno”¹⁴¹. Na questão do Feudalismo, Ricardo Faria (1984) aponta como era o sistema social na época feudal e a relação entre senhores feudais e servos, da qual recorro a “banalidade” que era a “[...] taxa paga pela utilização dos bens do senhor feudal (celeiro, moinho, forno, casa).” (FARIA, 1984, p. 101) A primeira relação que estabeleço é um comparativo entre passado e presente, segundo o qual situo as grandes gravadoras como os *neo-senhores-feudais*, os poderosos e bem equipados estúdios de gravação como os *bens de produção* destes *neo-senhores-feudais* e os artistas como *servos*. Faço esta comparação, pois esse foi o modelo produtivo de negócio adotado até o fim dos anos 1990 na Indústria do Disco. Ou seja, parece existir uma semelhança facilmente percebida entre a Idade Média e a *hipermodernidade* atual apontada por Gilles Lipovetsky (2004).

Embora seja lógico perceber que investir em um artista e construir a sua carreira (no que diz respeito à comunicação de massa) é um ato dispendioso – principalmente em termos econômicos – não deixa de existir aí um caráter feudal de relacionamento entre os sujeitos sociais. E assim, a Indústria se comportou, inclusive reforçando o seu olhar sobre o público, o caráter de passividade do receptor exposto por Debord (2000) anteriormente em minha argumentação. Mesmo sendo tensa (numa tensão que começou bem tênue e foi aflorando com o passar do tempo), esta relação entre gravadoras, artistas e público se sustentou por mais de cinco décadas (do seu crescimento que inicia

¹⁴¹ Embora o autor analise os acontecimentos do 11 de setembro nos Estados Unidos, parece-me apropriado tomar emprestados alguns pensamentos que permitem que visualizemos a faceta emancipatória que a rede tem proporcionado aos artistas emergentes, não esquecendo que existem, sim, problemas aí. (nota do autor)

nos anos 1950 até a sua queda que se dá nos 2000). Como aponta Maffesoli, estas tensões antagônicas existem e podem se equilibrar por certos períodos de tempo: “[...] assim como há pluralidade de figuras divinas, há um conflito de valores que seria vão querer negar. A contradição-em-ato de tal conflito termina por permitir um equilíbrio tensional.” (MAFFESOLI, 1988, p. 58) Mas, o texto de Baudrillard (2007) mostra que o posicionamento adotado pelas gravadoras de determinar o que deve (ou não) ser sucesso acabou por inflamar toda a cadeia produtiva e consumidora de música, causando a ruína desse sistema arcaico de negócios. Em “Power Inferno”, Baudrillard questiona a arrogância norte-americana de superioridade, destacando seu etnocentrismo míope:

Sejamos claros: os Estados Unidos são aqui apenas a alegoria ou a figura universal de toda potência incapaz de suportar o espectro da adversidade. Como pode o Outro, exceto se for estúpido, psicopata ou iluminado, querer ser diferente, sem concessão, sem nem mesmo o desejo de se converter ao nosso evangelho universal? (BAUDRILLARD, 2007, p. 36)

A seguir apresento um quadro ilustrativo (elaborado por mim) sobre o que foi dito até aqui:



Fig. 51 – Feudalismo Musical (PALUDO, 2010) ¹⁴²

¹⁴² Fonte das imagens:

Feudalismo - <http://bielleite.files.wordpress.com/2009/09/20040707a_feudalismo_32.jpg>

Logo EMI – Reprodução.

“indie” - <<http://www.carapuca.com.br/wp-content/uploads/2009/12/indie.jpg>>

Todas as imagens, acesso em 05/04/2009.

Partindo do exposto acima, posso inferir que uma considerável e substancial gama de artistas que foram ignorados pelo *mainstream* agora podem não só utilizar o computador como instrumento de criação e produção (os meios de produção não são mais de uso exclusivo dos “senhores feudais”, pois hoje o “povo” pode usufruir da tecnologia em benefício próprio), mas também utilizar a internet como meio para expor e fazer circular as suas obras. Nesse sentido, houve um certo avanço e descentralização dos pólos emissores e receptores. Como aponta Baudrillard:

[...] tem-se quase uma inversão dialética da dominação em voga, uma inversão paradoxal da relação do senhor e do escravo. Senhor outrora era aquele que estava exposto à morte e podia arriscar a vida. Escravo era aquele que, privado de morte e de destino, estava fadado à sobrevivência e ao trabalho. Como se dá isso hoje? Nós, os poderosos, ao abrigo da morte e superprotegidos de todas as partes, ocupamos exatamente a posição do escravo, enquanto aqueles que dispõem da sua morte, não apenas como nós da sobrevivência como valor exclusivo, ocupam hoje simbolicamente a posição do senhor. (BAUDRILLARD, 2007, p. 41)

Trazendo o exposto acima para o plano da Indústria Fonográfica, observo que as gravadoras e os grandes grupos parecem perdidos neste novo labirinto de possibilidades, sem saberem qual a direção dos ventos, alarmados com a perda de controle da situação. Não só os artistas novos vislumbram um caminho alternativo, como os artistas estabelecidos parecem cansados desse velho esquema e motivados à experimentação de novas formas de circulação. E justamente esta ruptura traz à tona uma diversidade cultural que parecia adormecida ou entocada, outrora. Novamente recorrendo a Baudrillard, noto que a quebra do sistema tradicional proporcionada pelas novas tecnologias tem seu lado positivo: “[...] nos fragmentos desse espelho quebrado, ressurgem todas as nossas singularidades, aquelas que considerávamos ameaçadas sobrevivem, as que imaginávamos desaparecidas ressuscitam.” (BAUDRILLARD, 2007, p. 56) Ainda sobre este sistema agora “caduco”, tomo emprestado outro questionamento de Baudrillard: “Tudo contribui para a falha de um sistema que gostaria de ser infalível. [...] podemos nos perguntar se a pior catástrofe não seria a infalibilidade do próprio sistema?” (BAUDRILLARD, 2007, p. 62) A *web*, então, aparece como um megafone que amplifica vozes abafadas anteriormente pelo sistema. Como coloca Debord, “O discurso espetacular faz calar [...] tudo o que não lhe convém.” (DEBORD, 2000, p. 188) E, “O discurso apresentado no espetáculo não deixa espaço para resposta.”

(DEBORD, 2000, p. 189) Pois agora, esta resposta aparece. A voz dos “servos” se faz presente no ciberespaço.

O caráter asséptico descrito por Baudrillard (2007) ¹⁴³ parece aplicável ao meio musical. Aqueles que antes eram totalmente excluídos do sistema não têm nos dias atuais uma garantia total de inclusão, mas ao menos, podem contar com uma janela que se abre e permite que seu trabalho seja colocado em circulação nos vasos tecnológicos.

Apesar de todos os benefícios descritos até aqui, ou das reflexões otimistas levantadas por Lévy (1996) ou Lemos (2004), existe uma série de questões ainda sem resposta que me cabe apontar. Este imediatismo proporcionado pelas novas tecnologias tem reflexo direto nos novos consumidores, isto é, aqueles que já nascem inseridos nesse novo contexto. Com apenas alguns cliques no Google ¹⁴⁴, é possível encontrar uma quantidade considerável de obras artísticas disponíveis para *download* de forma ilegal. Existem, inclusive, comunidades no Orkut ¹⁴⁵ como a “Discografias” ¹⁴⁶ que facilitam muita este “roubo intelectual”. Os *blogs*, inicialmente utilizados como diários virtuais, se convertem em ferramentas de distribuição ilegal de conteúdo, prejudicando, principalmente, os novos artistas que, sem gravadoras, bancam seu próprio trabalho e acabam não tendo retorno financeiro com a venda de suas obras, uma vez que elas são pirateadas digitalmente da mesma forma que ocorre com os artistas estabelecidos. Um exemplo típico é o *blog* “Durango-95” ¹⁴⁷, especializado em *rock* gaúcho. Como pode-se observar na imagem a seguir, eu mesmo já fui “pirateado”:

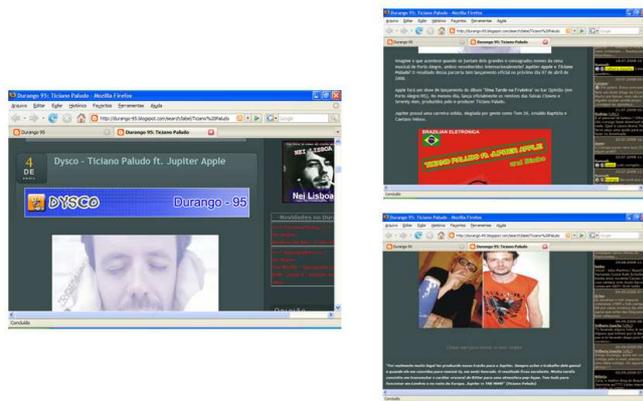
¹⁴³ “Mesmo as guerras – como a do Afeganistão – visam antes de tudo, para além das estratégias políticas ou econômicas, a normalizar a selvageria, a alinhar os territórios. O objetivo é eliminar qualquer zona refratária, colonizar e domesticar todos os espaços selvagens, seja no espaço geográfico, seja no universo mental.” (BAUDRILLARD, 2007: p. 61)

¹⁴⁴ Maior mecanismo de busca utilizado atualmente. <<http://www.google.com.br>>

¹⁴⁵ Um dos sites de rede social de relacionamento mais populares no Brasil. <<http://www.orkut.com>>

¹⁴⁶ Disponível em <<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=6244330>> acesso em 24/06/2008

¹⁴⁷ Disponível em <<http://durango-95.blogspot.com>> acesso em 24/06/2008



durango-95.blogspot.com

Fig. 52 – Printscreen blog “Durango-95” ¹⁴⁸

3.4. NASCE O CYBERHOOD

Partindo dessa constatação, surge um novo sujeito, ao qual chamo de “*Cyberhood*”. Para compor este sujeito, recorro à fábula de Robin Hood. A história de Robin Hood não tem data precisa, mas, segundo Howard Pyle (1996), estima-se que tenha surgido perto de 1360 d.c. Robin Hood é um herói lendário da Idade Média inglesa. Ele encarna a resistência dos camponeses de raça saxônica aos nobres de origem normanda, que os exploravam. Conforme Pyle,

Nenhum arqueiro vivo podia disparar uma flecha com tanta perícia como ele, nem existiam companheiros que se comparassem aos cento e quarenta homens joviais que o seguiam pelas matas. Moravam, felizes, no fundo da floresta de Sherwood. (PYLE, 1996, p. 11)

A primeira relação que estabeleço é: estas pessoas que montam seus *blogs* ou que postam em comunidade virtuais com o objetivo de distribuir de forma ilegal as obras artísticas não teriam um traço de Robin Hood? E a floresta de Sherwood seria o que? O ciberespaço. Seguindo a fábula:

¹⁴⁸ <<http://durango-95.blogspot.com>> acesso em 20/06/2008

Não só Robin mas todos os homens do bando eram também foragidos e, apesar de viverem afastados dos outros homens, eram, no entanto, queridos pelos camponeses da região, pois quem vinha pedir ajuda ao alegre Robin não voltava de mãos vazias. (PYLE, 1996, p. 11)

Existe, sim, um caráter *outsider* e contracultural percebido aí. Um prazer pessoal de burlar o sistema, de se rebelar contra ele e tirar dos ricos (gravadoras e grandes artistas) para dar aos pobres (consumidores de música). Diariamente lê-se na imprensa de massa que a Indústria Fonográfica declara abertamente a caça a esses “malfeitores”. Assim como na fábula, percebo uma estreita relação entre ficção e realidade: “[...] Robin se tornou um foragido e passou a morar na floresta que, dali em diante, seria seu lar por muitos anos. Sua cabeça foi posta a prêmio e ofereceram duzentas moedas para quem a levasse a uma corte de justiça.” (PYLE, 1996: p. 14) E a “revolta”, tanto dos artistas excluídos do sistema como dos consumidores, parece-me explícita na história do senhor Hood:

E todos juraram que, do mesmo modo que haviam sido explorados, explorariam seus opressores, fossem barões, abades ou cavalheiros, e que de cada um tomariam o que havia sido tirado dos pobres com impostos pesados, aluguéis de terra ou multas injustas. Mas aos pobres dariam ajuda sempre que dela necessitassem, devolvendo-lhes os bens de que haviam sido injustamente privados. (PYLE, 1996, p. 16)

“Escondidos” atrás de um suposto anonimato proporcionado pela *web* (suposto, pois todos os passos são passíveis de rastreamento), estes heróis anônimos têm esse comportamento que chamo de *cyberhoodiano* motivado por uma série de fatores complexos, e o desejo de dar conta de tudo parece-me demasiada pretensão. Mas, é possível supor algumas de suas motivações. A primeira, e mais evidente, é o senso de “fazer justiça com as próprias mãos” (neste caso, seria com o próprio *mouse*). Em outra instância, percebo a vontade de participar da construção coletiva, o *estar junto* ao qual Maffesoli se refere:

Há, de algum modo, uma pulsão do *ser/estar-junto-com*, empiricamente observável, que jamais perde uma oportunidade de se manifestar. Mesmo nos locais mais assépticos – lugares que a tecno-estrutura contemporânea engenhosamente criou, espaços concebidos para o exercício da gregária solidão –, não podemos deixar de observar uma reapropriação coletiva que, de maneira efervescente ou de modo discreto, aí produz sulcos profundos. As reuniões esportivas, as manifestações musicais ou políticas, os ruídos e os rumores das ruas de nossas cidades, as ocasiões festivas de toda a espécie – tudo isto dá mais brilho e força a esta preeminência do todo. (MAFFESOLI, 1988, p. 111)

O próprio amor à música e o desejo de compartilhar experiências, também realçado por Maffesoli, se tornam claros:

Seja como for, é importante reconhecermos que a paixão e sua gesta continuam sendo suportes essenciais da vida societal. Depois é que vem as justificações, as teorizações e as racionalizações. O que está em primeiro lugar é a pulsão que impele à ação, que incita a dizer, que preside às diversas agregações, que favorece as atrações e as repulsas, que ordena as alianças [...] (MAFFESOLI, 1988, p. 96)

Este desejo de compartilhar livremente também aparece nos textos de Lemos (2004) e Lévy (1996). Citando os preceitos da ética *hacker* (*G*) (similares aos do Movimento *Punk*), Lemos aponta que “A informação deve ser livre; o acesso aos computadores deve ser ilimitado e total. Desconfie das autoridades, lute contra o poder; coloque barulho no sistema, surfe essa fronteira, faça você mesmo.” (LE MOS, 2004, p. 187). Para Lévy: “[...] o bem virtual seria contabilizado, traçado e representado, mas gratuito, inteiramente livre para circular sem obstáculos e para se misturar a outros bens virtuais.” (LÉVY, 1996, p. 67)

Os *Cyberhoods* não crêem em nenhum discurso que a classe artística faça. Colocam artistas novatos no mesmo patamar que os artistas consagrados¹⁴⁹. Esquecem (ou ignoram) que os *downloads* legalizados representam renda para os pequenos. Mas, se por um lado, os *Cyberhoods* acabam gerando prejuízo econômico aos artistas (principalmente aos novatos ou emergentes), por outro, metaforicamente, funcionam como abelhas que polinizam a flora musical, pois colhem o pólen (faixas musicais) e o espalham por novas e belas flores (via cibernética), fecundando novos ouvintes (público). As discussões referentes aos direitos autorais na *web* e novos formatos de remuneração estão recém começando (e, diga-se, ainda que mereçam o destaque dado aqui, não são meu assunto principal). Iniciativas como o Creative Commons¹⁵⁰ parecem apontar um caminho possível. Lévy tece um comentário que, embora aplicado aos *softwares*, é perfeitamente válido para o campo musical:

¹⁴⁹ Não que os consagrados devam ser “roubados”, mas no sentido de achar que novatos e estabelecidos já receberam renda mais do que suficiente pela sua obra. (nota do autor)

¹⁵⁰ <<http://www.creativecommons.org>> – Sistema de controle de direitos autorais que segue a proposta de Lévy (1996), aonde os limites das obras são fixados pelos próprios artistas, principalmente no que se refere ao direito de uso; acesso em 24/06/2008.

[...] na época da economia da informação e do conhecimento, em vez de abandonar os direitos de propriedade sobre todas as formas de bens de software, o que equivaleria a uma espoliação descarada dos produtos de base, dos novos proletários que são os trabalhadores intelectuais, a tendência parece antes se orientar no sentido de uma sofisticação do direito autoral. Esse aperfeiçoamento se desenvolve em duas direções: passagem de um direito territorial a um direito de fluxo e passagem do valor de troca ao valor de uso. (LÉVY, 1996, p. 64)

O pensamento acima é justamente a base do Creative Commons, o qual julgo ser viável (embora ainda encontre resistência por parte do mercado consumidor, artistas e gravadoras). Lévy complementa: “O preço da atualização seria indexado conforme o contexto corrente, dependendo ao ambiente e do momento. Esse valor poderia ser fixado cooperativamente por grupos de usuários em mercados livres ou Bolsas da informação e das idéias.” (LÉVY, 1996, p. 67)

Esta oferta livre (ainda que “pirata”) em demasia, onde é possível *downloadear* uma grande quantidade de álbuns musicais completos mostra, também, uma busca, um desejo secreto de ganância que parece muitas vezes infinita e sem objetivo. Durante minha jornada como produtor musical, tenho observado que “baixar” uma obra não significa necessariamente consumi-la (no sentido de ouvir o que se baixou). Se as pessoas baixam freneticamente essa gama de material sonoro e não o escutam, qual o motivo? Simples necessidade de posse? Vingança contra o sistema? Consumo desenfreado como terapia ou como elemento catalisador que afogue suas tragédias? Lipovetsky (2004) e Wolton (2003) podem ajudar-nos a compreender esse fato. Para Wolton, “Os homens, frente às tecnologias de comunicação, estão, como o coelho de *Alice no país das maravilhas*, sempre atrasados, sempre com pressa, sempre obrigados a ir mais rápido.” (WOLTON, 2003, p. 31 – grifo do autor) Lipovetsky complementa:

[...] o que nos define [...] é um desejo de perpetua renovação do eu e do presente. Na fúria consumista, exprime-se a recusa ao tempo exaurido e repetitivo, um combate contra esse envelhecimento que acompanha a rotina diária. É menos a negação da morte e da finitude do que a angústia de fossilizar-se, de repetir, de não mais sentir. À pergunta ‘O que é modernidade?’, Kant respondia: superar a minoridade, tornar-se adulto. Na hipermodernidade, tudo se passa como se surgisse uma nova prioridade: ficar eternamente voltando à ‘juventude’. Nossa pulsão neoflica é, em primeiro lugar, um exorcismo do envelhecimento do viver subjetivo: o indivíduo desinstitucionalizado, volátil, hiperconsumista, é aquele que sonha assemelhar-se a uma fênix emocional. (Lipovetsky, 2004, p. 80)

Mas existe um lado bom, também. Além da democratização (no sentido de poder colocar a sua obra em exposição na vitrine mundial – mesmo que isso não implique em uma audição condicionada à publicação), das facilidades econômicas e técnicas proporcionadas pela informática, agora, artistas de várias partes do país e do mundo podem compor músicas em conjunto, *arranjar*, *mixar*, finalizar e trocar experiências, seja por e-mail ou em fóruns de discussão e comunidades virtuais.

3.5 DESDOBRAMENTOS EM CONEXÃO

Recentemente eu produzi um *remix* (*G*) para uma banda de Ilinóis (nos Estados Unidos). O resultado dessa parceria foi lançado em Tóquio (no Japão). Todo o processo se deu de forma virtual, através de troca de e-mails. Isso seria impensável há alguns anos atrás. Particpei também de um projeto chamado “Coletivo Virtual”¹⁵¹ (que será apresentado a seguir). Para Lévy, um claro exemplo da inteligência coletiva:

[...] jamais pensamos sozinhos, mas sempre na corrente de um diálogo ou de um multidialogo, real ou imaginado. Não exercemos nossas faculdades mentais superiores senão em função de uma implicação em comunidades vivas com suas heranças, seus conflitos e seus projetos. Em plano de fundo ou em primeiro plano, essas comunidades estão sempre presentes no menor de nossos pensamentos, quer elas forneçam interlocutores, instrumentos intelectuais ou objetos de reflexão. Conhecimentos, valores e ferramentas transmitidos pela cultura constituem o contexto narrativo, o caldo intelectual e moral a partir do qual os pensamentos individuais se desenvolvem, tecem suas pequenas variações e produzem às vezes inovações importantes. (LÉVY, 1996, p. 97)

No “Coletivo Virtual”, músicos e VJs (*G*) foram convidados a enviar amostras (*samples*) de áudio e vídeo. Após o recebimento e devida triagem do material, foi realizado – na cidade de São Paulo / SP – um espetáculo coletivo. Neste espetáculo de som e imagens, a trilha sonora ouvida nos alto-falantes e as imagens projetadas por telões nada mais eram do que uma “colcha-de-retalhos-hipermoderna” produzida ao vivo, utilizando como matéria prima o material gerado pelo grupo de participantes convidados para o projeto.

¹⁵¹ Disponível em <<http://www.coletivovirtual.com.br>> acesso em 24/06/2008.

Finalizando este tema, aponte ao longo deste sub-capítulo que embora a internet tenha proporcionado mudanças positivas e significativas no pólo emissor musical, e até o aparecimento de curiosas criaturas como os *Cyberhoods*, não devemos esquecer de olhar para todos os lados antes de atravessarmos a via cibernética. Os dois lados da moeda, o positivo e o negativo sempre existiram e existirão. O desafio da humanidade é equacionar essa problemática buscando saídas inteligentes e criativas. É isso que nos move e nos torna humanos.

4. RECONFIGURANDO II...

tags: consumidor, circulação, atualização

No início desse capítulo, abordei a reconfiguração (*atualização*) enfocando aspectos referentes à produção. Agora minha abordagem será direcionada para a circulação. O autor base deste sub-capítulo será Eloy Firtsch (2008).

A primeira definição que precisa ser compreendida é a que diz respeito à circulação. O termo “circulação” foi adotado pela Indústria Musical na década de 2000, sendo uma *atualização* do termo “difusão”. Fazendo uma analogia ao funcionamento do corpo humano, sabe-se que o sangue circula pelas veias e artérias. No caso da música atual, pode-se pensar que os arquivos de som digitalizados correspondem ao sangue, circulando pelos canais digitais disponíveis (seguindo o raciocínio análogo, pelas veias e artérias do ciberespaço). Porém, a circulação não se limita ao plano digital. Circulação, hoje, engloba todos os caminhos percorridos pelo material sonoro, seja ele digital ou analógico, entre a Indústria do Disco (entenda-se, todos os atores envolvidos neste processo) e o público consumidor, em meios físicos e/ou digitais.

A segunda definição refere-se ao termo “consumidor”. Até a década de 2000, este termo era utilizado para denominar aqueles que adquiriam material sonoro de forma legalizada, mediante pagamento. Agora, o termo se *atualiza* e o consumidor deve ser compreendido como aquele que tem acesso ao material sonoro, independente de o mesmo ter sido acessado através de pagamento legalizado, cópia gratuita, ou cópia não autorizada. Uma vez definidas as *atualizações* referentes à *circulação* e *consumo*, passo agora para a explanação de como a música se *atualiza* do estado “música gravada” para “música digitalizada”.

4.1 RECONFIGURANDO A PRODUÇÃO COLETIVA

Com o aumento da capacidade de processamento e armazenamento de informações, expansão da largura de banda para transmissão de dados em rede através da internet e redução dos custos de realização de projetos sonoros, uma nova ordem de criação coletiva começa a surgir no mercado de produção musical contemporâneo. Para entender este processo, deve-se primeiro compreender como se dá a passagem da “música gravada” para a “música digitalizada”. Segundo Fritsch,

Um sistema é analógico quando a quantidade física é diretamente relacionada, ou análoga, às propriedades do som. [...] O padrão das vibrações elétricas é análogo às vibrações acústicas, que podem ser registradas em um gravador através de uma série análoga de variações magnéticas na fita. O processo de representar numericamente o som é chamado de digitalização. (FRITSCH, 2008, p. 259-260)

A *atualização* da “música gravada” para a “música digitalizada” é conhecida como processo AD/DA (Analógico-Digital / Digital Analógico). A figura ¹⁵² a seguir ajuda a compreender a explanação.

¹⁵² Fonte das imagens utilizadas (todas acesso em 11/02/2009)

Microfone <<http://palavrassem sentido.files.wordpress.com/2008/11/microfone.jpg>>

Mesa de Som <<http://galeria.brfoto.com.br/data/1/mesa-de-som.jpg>>

Conversor <<http://www.mh-friends.com/cgi-bin/etcddata/Fast-Track-Pro-lg.jpg>>

DAW <http://farm4.static.flickr.com/3087/2800757518_2decf28325.jpg>

Caixas de Som <http://www.bstage.com/Hidden/photos/sell_2008/ns10m.jpg>

EXEMPLO DE PROCESSAMENTO AD/DA



Fig. 53 – Processo AD/DA – Fonte: (PALUDO, 2010)

Este processo é realizado por um dispositivo chamado de Conversor. Quem faz o papel de Conversor são as placas de áudio. Portanto, o que difere uma placa de áudio profissional de uma amadora é a sua capacidade de precisão no processamento AD/DA. Para exemplificar, observando a Fig. 53, imaginemos como a voz de um cantor se comporta nesse processo ao ser gravada em um sistema *DAW*. No momento da gravação, o cantor canta e o seu canto é captado por um microfone (sistema analógico). A voz do cantor (emitida pela vibração de suas cordas vocais) se propaga pelo ar e faz vibrar a capsula do microfone. Esta vibração é convertida em impulsos elétricos, amplificados por um amplificador (no nosso exemplo, uma *mesa de som*). Estes impulsos são enviados ao Conversor. O Conversor converte (codifica) estes impulsos elétricos em linguagem binária (sequência lógica de zeros e uns). O som é digitalizado e armazenado em um disco rígido. No momento da reprodução, os dados binários são acessados do disco rígido e enviados pelo computador de volta ao Conversor. O Conversor converte (decodifica) os dados binários em impulsos elétricos. Os impulsos elétricos são enviados ao amplificador. O amplificador envia os impulsos às caixas de som. Estes impulsos fazem as caixas de som vibrarem. A vibração é propagada pelo ar e captada por nossos tímpanos. Ouvimos a gravação. O som volta ao estado analógico.

O som digitalizado pode ser armazenado no computador de diversas formas. Quanto maior for a qualidade desejada, maior será o tamanho do arquivo digital. A seguir, apresento os tipos de arquivo mais comuns encontrados na.

QUADRO 10: FORMATOS POPULARES DE ARQUIVOS DE ÁUDIO ENCONTRADOS NA INTERNET ¹⁵³

Formato de Arquivo	Características
WAV	Formato padrão desenvolvido pela empresa norte-americana Microsoft. Arquivos grandes, com boa qualidade de som.
AIFF	Formato similar ao WAV, desenvolvido pela empresa norte-americana Apple.
MP3	Padrão que permite comprimir o som. Arquivos menores, com qualidade relativa de som. É o mais popular de todos.
MP4	Formato similar ao MP3, desenvolvido pela empresa norte-americana Apple. Popular entre usuários de iPod.
FLAC	Formato intermediário entre o WAV e o MP3. Arquivos com boa qualidade de som. Possuem tamanho menor que um WAV e maior que um MP3.
WMA	Padrão de compressão desenvolvido pela empresa norte-americana Microsoft.

O aumento da largura de banda de transmissão de dados entre computadores ligados via internet, associado à possibilidade de compressão do som – o que significa arquivos menores e mais fáceis de serem enviados e recebidos – proporcionou uma revolução na Indústria do Disco no início da década de 2000. Esta revolução teve como elemento catalisador a popularização e aderência dos dispositivos de trocas de arquivos

¹⁵³ Para informações mais detalhadas, consulte o Glossário dessa dissertação.
Fonte: (PALUDO, 2010).

chamados P2P (do inglês, “peer to peer”, que traduzindo livremente pode ser entendido como “ponto a ponto”). Estes dispositivos possibilitavam que computadores ligados à internet pudessem trocar arquivos entre si. O internauta poderia selecionar uma área específica de seu HD (disco rígido) e compartilha-la com outros internautas conectados. O compartilhamento poderia envolver qualquer tipo de arquivo (texto, vídeo, imagem, som, etc). Porém, para que esta funcionalidade se potencializasse, era necessário algum mecanismo que mediasse a conexão.

Dois dispositivos P2P voltados à troca de arquivos musicais se popularizaram rapidamente no início da década de 2000: Audiogalaxy¹⁵⁴ e Napster¹⁵⁵. O Napster exigia a instalação de um *software* para promover o compartilhamento. Já o Audiogalaxy dispensava a instalação de *software*, funcionando através do acesso ao site do Audiogalaxy. Em ambos os casos, o participante se logava (conectava) ao sistema mediante a escolha de um nome de usuário (*username*) e de uma senha (*password*).

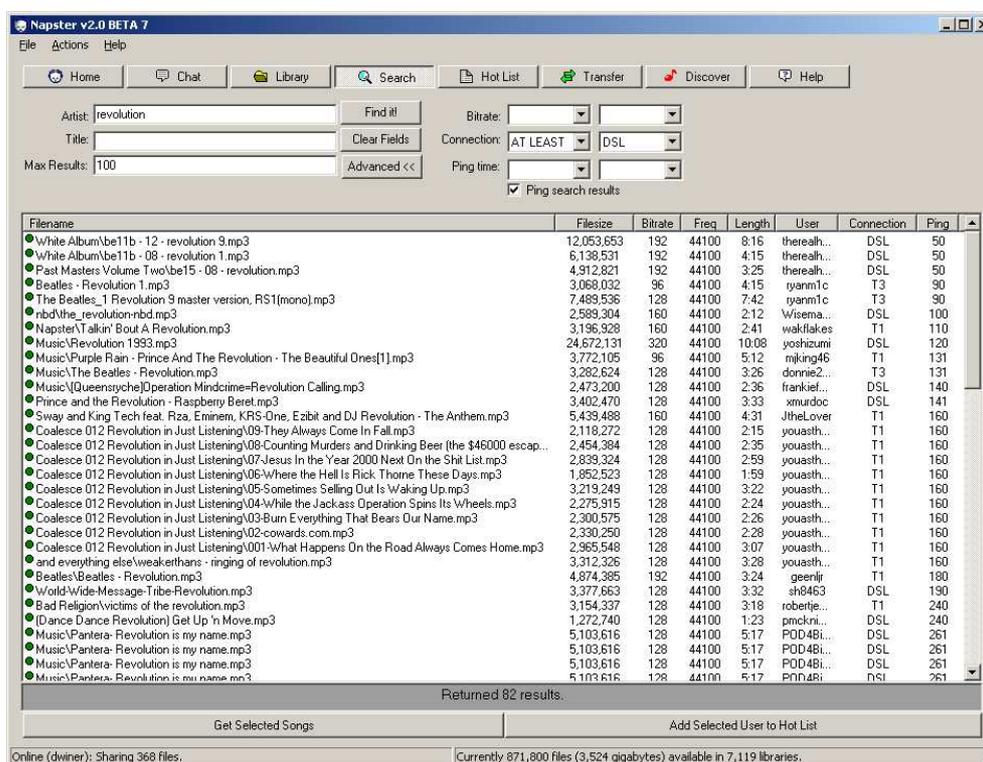


Fig. 54 – Printscreen Napster¹⁵⁶

¹⁵⁴ <<http://www.audiogalaxy.com>> acesso em 11/02/2010

¹⁵⁵ <<http://www.napster.com>> acesso em 11/02/2010

¹⁵⁶ Fonte: <<http://versatile1.files.wordpress.com/2008/05/napsterscreenshot.jpg>> acesso em 11/02/2010

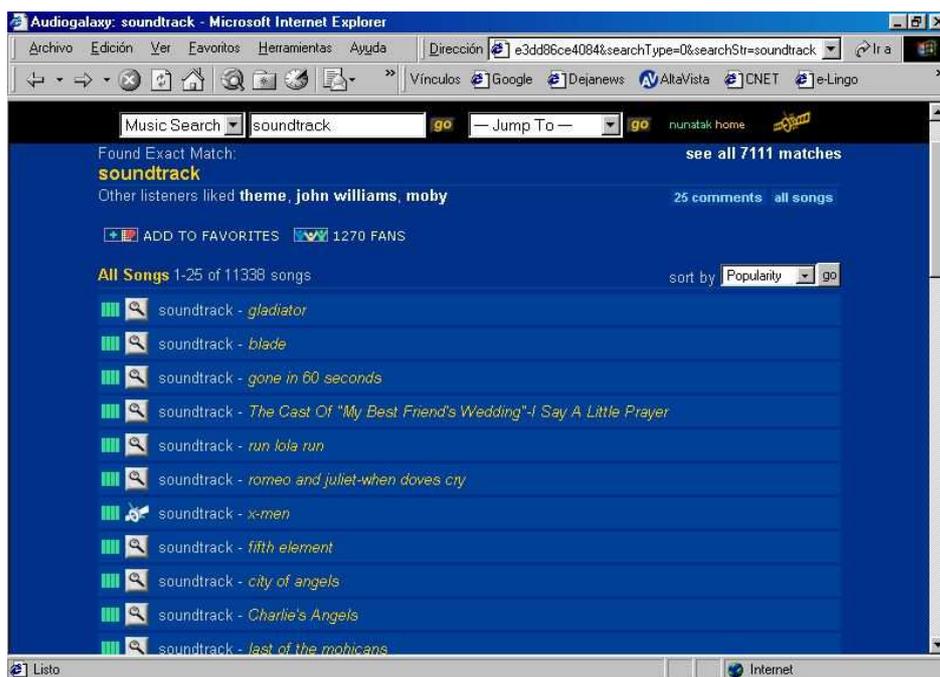


Fig. 55 – *Printscre*e Audiogalaxy¹⁵⁷

Atualmente os dois sites permanecem no ar, porém agora em vez de oferecer compartilhamento gratuito, vendem arquivos de áudio digital legalizados. O que motivou essa mudança? Ainda que a largura de banda de acesso no início da década de 2000 estivesse aquém da disponível atualmente, muitas pessoas aderiram a estes sistemas, promovendo uma troca ilegal de obras, principalmente aquelas ligadas ao mercado *mainstream*. Ambos os sistemas possuíam sofisticados mecanismos de busca, o que possibilitava encontrar com relativa facilidade um catálogo bastante extenso de obras e artistas. Quanto mais pessoas aderiam ao sistema, maior se tornava o catálogo. Uma vez que as obras estavam disponíveis de forma gratuita (ainda que ilegal), a Indústria da Música começou a observar uma significativa queda nas vendas de seus produtos. Antes da metade da década de 2000, começa a ser travada uma guerra comercial: de um lado, os *consumidores*, fascinados com os sistemas P2P e com a possibilidade de acesso a uma “discoteca digital” de proporções até então impensadas. De outro lado, a Indústria do Disco, desejando assegurar os direitos comerciais de seu *cast*. Nesse cenário, a RIAA (*Recording Industry Association of America*) responsável por defender os direitos autorais dos *fonogramas* da Indústria Musical norte-americana começa a mover uma série de ações jurídicas contra os *consumidores* e contra os criadores destas redes P2P (como Shawn Fanning, um jovem garoto, criador do

¹⁵⁷ Fonte: <<http://www.galeon.com/geografos/audiogalaxy2.jpg>> acesso em 11/02/2010

Napster).¹⁵⁸ O ataque a Shawn se deve ao fato de que embora o Napster seja um sistema “descentralizado” (o conteúdo não se encontra em um único local específico), assim como o Audiogalaxy, ele necessitava de um sistema centralizador (computador principal) para permitir o compartilhamento.

Diferente do que ocorre em um sistema “tradicional” quando se acessa um site (no qual vários internautas acessam de vários computadores ao conteúdo de um único computador, em um sistema centralizado), nos sistemas P2P vários internautas acessam o conteúdo de vários computadores (sistema descentralizado), como pode ser visto na figura abaixo:

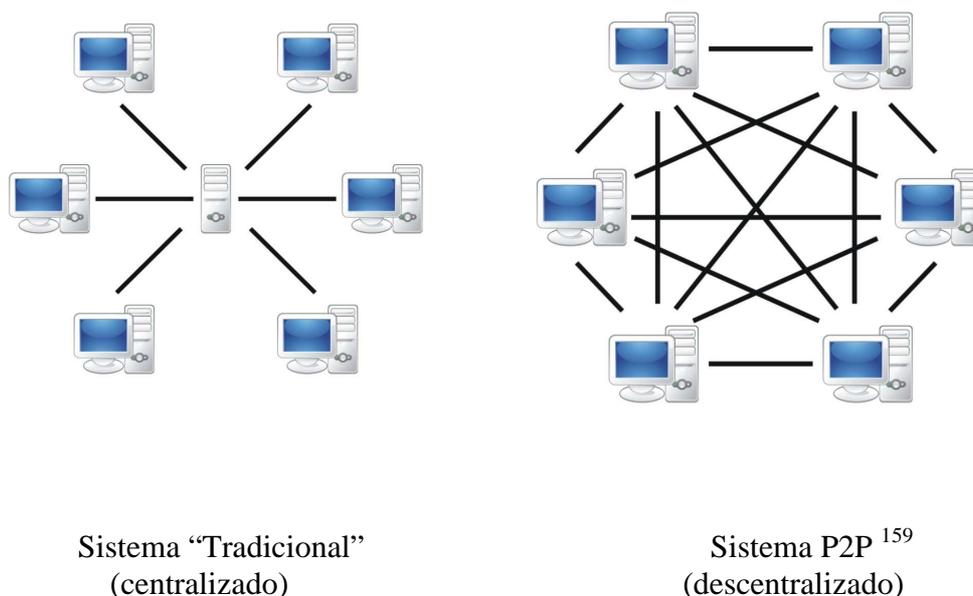


Fig. 56 – Sistema Tradicional / Sistema P2P

Paralelo ao Napster e ao Audiogalaxy, outros sistemas P2P se popularizaram para a troca de material musical, dentre eles: Soulseek, eDonkey, Gnutella, Kazaa, eMule e BitTorrent (estes dois últimos ainda são bastante utilizados uma vez que,

¹⁵⁸ Embora esta contextualização seja importante, não vou me aprofundar na questão dos direitos autorais, tendo em vista que o foco do meu estudo está centrado nos processos produtivos e na circulação das obras (ainda que os direitos autorais tenham ligação direta com ambos os enfoques).
(nota do autor)

¹⁵⁹ Fonte da Imagem: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Peer-to-peer>> acesso em 11/02/2010

diferente do Napster e do Audiogalaxy, não necessitam de um computador central para operar).

Preocupada com a proteção contra cópias ilegais dos arquivos digitais, a Indústria Musical permanecia cega à mudança de comportamento do *consumidor*, negando o novo sistema e defendendo o paradigma tradicional baseado na venda de álbuns físicos (em formato vinil, mas principalmente em formato CD). Nesse meio tempo, a empresa norte-americana Apple já havia desenvolvido um *software* chamado de iTunes com a finalidade de organizar os arquivos de áudio contidos nos HDs dos *consumidores* em formato de discoteca digital. Vendo o crescente interesse e adesão por parte dos *consumidores* perante a “música digitalizada”, lançaram um aparelho reproduzidor de arquivos digitais de áudio, o iPod. O iPod é, de fato, uma *atualização* do *discman*, tocador de CDs popular nos anos 1990 que, por sua vez, representava uma *atualização* do seu antecessor, o *walkman*, tocador de fitas K7 popular nos anos 1980. Na verdade, tudo isso refere-se à portabilidade da música. A seguir, apresento um quadro que ilustra as transformações referentes à mobilidade dos dispositivos reprodutores de som da década de 1970 até a década de 2000. Optei por este período, pois a partir da década de 1970 os aparelhos portáteis começam a ficar mais parecidos com o que existe hoje.

QUADRO 11: EVOLUÇÃO DA PORTABILIDADE MUSICAL (1970-2000) ¹⁶⁰



No caso do rádio portátil da década de 1970, o acesso ao material sonoro estava condicionado à presença de sinal (emitido pela rádio) e o ouvinte só poderia acessar o material sonoro de forma sequencial-passiva (esperar que sua faixa desejada fosse tocada pela rádio, o que nem sempre ocorria). Na década de 1980, com a popularização dos *walkmans*, o ouvinte poderia elaborar seu próprio *playlist (G)* (lista de músicas), mas o acesso continuava sequencial (para “saltar” de uma faixa à outra, o ouvinte necessitava avançar ou retroceder a fita K7 até achar o ponto exato aonde se encontrava a faixa desejada), embora agora fosse do tipo sequencial-ativa. Na década de 1990, com a proliferação dos *discmans*, o ouvinte passa a ter acesso direto-ativo aos *fonogramas* graças a um dispositivo chamado TOC (*Table of Content*) (*G*) que permite ao leitor “pular” direto de uma faixa a outra. Embora o ouvinte pudesse fazer isso manualmente com os K7s, a inclusão do TOC permitiu um acesso mais rápido e preciso entre as faixas. Embora os gravadores de CD para computador ainda não tivessem atingido a popularidade que viriam ter na década de 2000, era possível escolher o repertório contido no CD, montando uma *playlist (G)* personalizada. Na década de 2000 – aquela

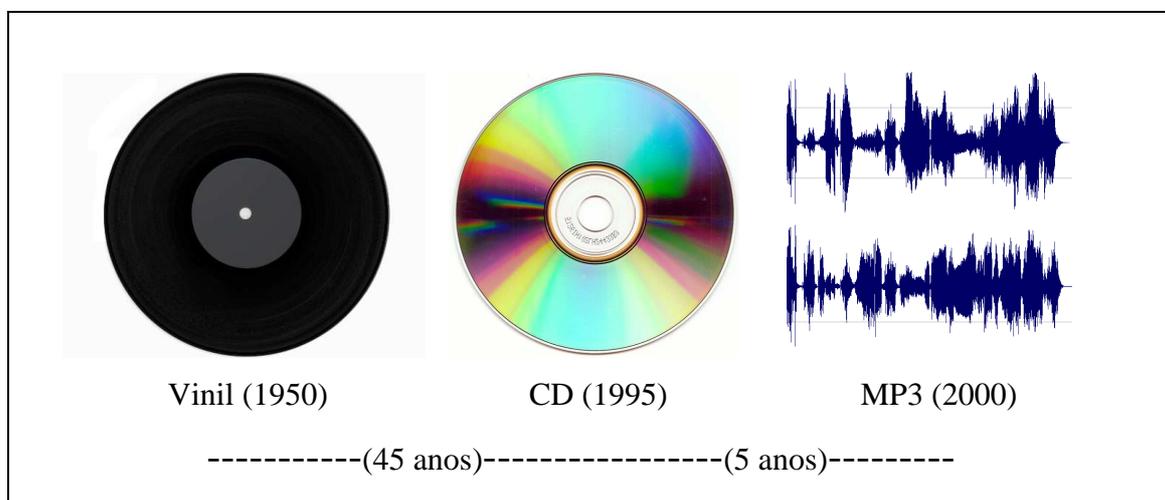
¹⁶⁰ Elaboração: (PALUDO, 2010).

¹⁶¹ Fonte das imagens utilizadas no quadro (todas acesso em 11/02/2010):
 Rádio Portátil: <http://www.radiosantigos.com/catra/fotos/produtos/Radio_NEW_ON_R205.jpg>
 Walkman: <<http://www.gearfuse.com/wp-content/uploads/2009/07/walkman.gif>>
 Discman: <<http://billstones.files.wordpress.com/2008/05/discman.jpg>>
 iPod: <http://www.colantes.com/loja/images/ipod_nano_3rd.jpg>

na qual o ouvinte se *atualiza* em *consumidor* – o iPod representa uma revolução no que diz respeito à expansão da capacidade de armazenamento de canções, acessibilidade e organização do material sonoro. O iPod potencializa uma função já existente nos *discman*: o *shuffle* (do inglês, “por em desordem”). A função *shuffle* (*G*) (também conhecida como *random*) permitia que o aparelho reproduzidor gerasse uma ordem aleatória para o material sonoro que seria tocado. No caso do *discman*, em vez de tocar as faixas contidas no CD de forma lógica sequencial (faixa 1, faixa 2, faixa 3, ...) a nova ordem poderia ser faixa 5, faixa 1, faixa 12, etc. Assim também ocorria no iPod. O já existente iTunes servia como mediador para transferir arquivos de áudio do computador para o iPod e vice-versa.

Observando-se o quadro a seguir, vê-se que a *atualização* da “música gravada” para a “música digitalizada” demorou bem mais do que a *atualização* da “música digitalizada” para o que pode-se chamar de “Era do MP3” – tomando como base o ano em que os suportes começaram a se popularizar, isto é 1950 (vinil), 1995 (CD) e 2000 (MP3):

QUADRO 12: LINHA DO TEMPO – VÍNIL / CD / MP3 ¹⁶²



¹⁶² Fonte das imagens utilizadas para compor o quadro (todas acesso em 11/02/2010):
 Vinil <<http://fhenso.files.wordpress.com/2008/10/vinil.jpg>>
 CD <<http://cerbyte.com/loja/images/cd.jpg>>
 MP3 <http://www.floom.com/media/waveform_eggs.gif>
 A imagem utilizada para MP3 é uma representação gráfica de um arquivo de som.
 Quadro elaborado pelo autor da dissertação. (nota do autor)
 Elaboração: (PALUDO, 2010).

Frente à constante aderência pelo público *consumidor* aos arquivos de MP3, a Apple, ao contrário das *majors*, vislumbrou um novo mercado que se iniciava: o da venda de arquivos digitais. Assim sendo, lançou a sua loja virtual chamada de iTunes Music Store ¹⁶³ . O próprio iTunes (*software*) servia como mediador para que as compras fossem realizadas. Porém, um componente do processo precisava de uma solução: como proteger os arquivos adquiridos de forma legal do compartilhamento ilegal? Os arquivos de MP3 podiam ser copiados livremente e não havia nenhum dispositivo capaz de impedir isso. Então, a Apple – que já utilizava os arquivos de MP4 como padrão para o iPod (embora ele também fosse compatível com arquivos MP3), conseguiu desenvolver um sistema de proteção anticópias *DRM (Digital Rights Management)* (*G*) chamado de *FairPlay*, traduzindo livremente, algo como “execução honesta”. Posteriormente, a empresa norte-americana Microsoft também desenvolveu seu próprio padrão de compressão compatível com *DRM* chamada de *Windows Media Audio* (conhecido pela sigla *WMA*). Embora seja possível encontrar arquivos deste tipo circulando na internet, sua popularidade foi muito menor se comparado ao sucesso do MP3 e do MP4.

Uma das vantagens do MP3 consistia em que metainformações poderiam ser inseridas ao arquivo, contendo dados como *nome do artista, nome da faixa, nome do álbum, duração da faixa, estilo musical e site do artista*. Estas metainformações são úteis tanto para o computador, quando para os dispositivos móveis de reprodução, o que permite organizar o material sonoro com a finalidade de facilitar-se o acesso ¹⁶⁴ .

Apresentei até aqui como os *fonogramas* se *atualizaram* e como se tornaram cada vez mais portáteis. Esses dados foram explanados para que seja possível entender-se como esta mobilidade pode influenciar na construção coletiva musical. Observando a obra de Dimery (2007), vê-se que ao longo do tempo, vários produtores trabalharam de forma conjunta na produção de álbuns musicais. O intercâmbio entre músicos e técnicos também já existia. Porém, a facilidade de transmissão de dados binários (mais rápidos e baratos se comparados ao envio de um CD pelos correios, por exemplo) em velocidade cada vez maior, e o aumento da capacidade de armazenamento, recebimento e envio

¹⁶³ <<http://www.apple.com/itunes>>

Serviço de aquisição de músicas legalizadas não disponível no Brasil até o momento (nota do autor).

¹⁶⁴ *Softwares* como o iTunes organizam toda uma discoteca digital, possibilitando, inclusive visualizações miniaturizadas das capas dos álbuns, para facilitar a navegação. (nota do autor)

destes dados vai proporcionar uma considerável *atualização* no campo da produção musical coletiva. Um exemplo pode ser tomado, pegando como base o já citado estúdio londrino Abbey Road. Se na “época dos Beatles” o Abbey Road era um estúdio fechado e de difícil acesso a uma grande parcela de produtores e artistas, a mobilidade dos arquivos sonoros e a expansão das conexões de internet abrem um novo campo a ser explorado. Analisando o site do estúdio ¹⁶⁵, pode-se constatar que agora o Abbey Road amplia seus horizontes e abre as portas para que artistas de qualquer parte do mundo possam enviar seus trabalhos para que os mesmos sejam *masterizados* naquele estúdio a um custo bem acessível (noventa libras por faixa). O serviço é chamado de “*Online Mastering*” (*masterização online*).

Outro exemplo pode ser encontrado observando-se o site do já citado produtor musical e *masterizador* (G) brasileiro Enrico De Paoli. Em seu site ¹⁶⁶ ele oferece serviços de *mixagem* e *masterização online*. Os serviços podem ser pagos com cartão de crédito, sendo todo o processo inteiramente realizado via internet.

No que diz respeito à colaboração à distância, a utilização dos *home studios* associada à internet elimina as barreiras geográficas antes existentes. Isso significa que, exemplificando, no caso da criação de um *fonograma* coletivo, um músico pode gravar uma guitarra no Japão, enviar a gravação digitalizada a um baixista na Suíça, que gravará a sua parte e a enviará a um baterista na Inglaterra, que procederá da mesma forma. O material gravado pode ser enviado para o Brasil para que um cantor acrescente as partes vocais. Então, as pistas de gravação (G) de cada instrumento e as de vocais poderão ser enviadas a um produtor na Jamaica, que irá *mixar* o trabalho. O áudio *mixado* poderá ser enviado, como disse, aos estúdios da Abbey Road (em Londres) para que seja *masterizado* e finalizado. Este tipo de modalidade de produção era praticamente inviável na década de 1990. Toda a *atualização* descrita neste sub-capítulo parece apontar que, o produtor antes limitado a trabalhar em sua própria cidade ou país encontra nesse novo contexto um mercado que não conhece limites de tempo e espaço, um mercado de produção musical colaborativa conectada.

¹⁶⁵ <<http://www.abbeyroad.com/news/special-feature/story/?featureid=10>> acesso em 11/02/2010

¹⁶⁶ <http://www.enricodepaoli.com.br/enricodepaoli_p/Mixes_%26_Masters.html> acesso em 11/02/2010

4.2 RECONFIGURANDO A VITRINE

Vitrine é o local aonde as lojas expõem seus produtos para venda. No que tange ao campo da Indústria do Disco, da década de 1950 até a década de 2000, os produtos musicais eram basicamente expostos em lojas de discos e em veículos impressos e eletrônicos de comunicação de massa. Levando-se em conta a *atualização* anteriormente proposta que envolve a passagem do consumidor (comprador) para o *consumidor* (dissociado da obrigatoriedade da compra), abordarei agora alguns exemplos de *atualizações* referentes à vitrine musical. Os autores base utilizados neste sub-capítulo serão Boyd *et al.* (2007) e Raquel Recuero (2009).

Desde o início da proliferação dos álbuns musicais na década de 1950, o *mainstream* ocupou quase que exclusivamente todos os espaços destinados à promoção artístico-musical. Os artistas emergentes dificilmente conseguiam figurar em revistas, jornais, TV e rádio. No início da década de 2000, quando – como citei anteriormente – o MP3 começou a se popularizar e as redes P2P atraíram a atenção do público, muitos destes novos artistas começaram a disponibilizar de forma gratuita aquilo que produziam. Deve-se lembrar que o fato de estar disponível não implica diretamente em estar sendo *consumido*. Então, na segunda metade da década de 2000, surge um dispositivo promocional que alavancaria a carreira de muitos destes artistas: os sites de redes sociais de relacionamento. Conforme Raquel Recuero (2009), partindo da leitura do texto de Boyd *et al.* (2007), um site de rede social de relacionamento apresenta as seguintes características: permite a construção de uma identidade através de um perfil ou página pessoal; permite interação através de comentários; e, permite a exposição pública da rede social de cada ator. Ainda segundo Boyd *et al.* (2007) este tipo de site permite que as pessoas se articulem e encontrem seus pares *offline* (amigos, colegas de trabalho, colegas de estudo) no mundo *online*, além de ampliarem a sua rede social de amigos (novos amigos encontrados no mundo *online*), ou seja, ampliarem as suas conexões. Um perfil pode conter dados sobre o participante do site tais como nome,

apelido, foto, endereço de e-mail, características físicas e psicológicas, preferências (música, esportes, cinema, televisão), idade, sexo, religião, etc.

Existem sites de rede social de relacionamento focados no tema música (como o Myspace ¹⁶⁷, o LastFM ¹⁶⁸ e o Reverbnation ¹⁶⁹) e outros que não são focados exclusivamente em música (embora o assunto música possa ser encontrado neles) como o Orkut ¹⁷⁰ e o Facebook ¹⁷¹. Como meu objetivo não é analisar minuciosamente cada um destes sites, mas sim demonstrar como eles podem auxiliar na produção e circulação da música, vou me concentrar em alguns recortes de dois deles: o Reverbnation (lançado em 2006) e o Orkut (lançado em 2004). Assim tem-se um exemplo de site focado exclusivamente em música e outro não, o que basta para o entendimento acerca da importância destes mecanismos nos processos produtivos e circulatórios.

No caso do Reverbnation, podem participar tanto artistas quanto *consumidores*. Os produtores musicais podem se inscrever em qualquer uma das modalidades. No caso dos artistas ¹⁷², é possível alimentar a sua página pessoal com conteúdo que inclui texto (*release*, histórico, *blog*, notícias), áudio (*fonogramas*, entrevistas, *podcasts*), imagens (fotos, imagens promocionais, reprodução de imagens de capas de álbuns) e vídeos (clipes musicais, entrevistas, *video-releases (G)*) e contar com uma gama de serviços promocionais, incluindo serviço de e-mail. O site possui diversas funcionalidades sofisticadas, algumas gratuitas, outras pagas. Dentre as funções pagas, encontram-se a de “distribuição digital” (abordarei o tema mais adiante), “produção de CDs para comercialização” e “produção de materiais promocionais” como camisetas do artista e sacolas. A partir da leitura da obra “Free” de Chris Anderson (2009) sobre os novos paradigmas de compra do século XXI (abordarei em maiores detalhes adiante), pode-se concluir que o Reverbnation está sintonizado com um novo modelo de negócios segundo a lógica de oferecer serviços gratuitos eficientes que são passíveis de incremento mediante pagamento, podendo esse incremento ser realizado de forma modular (isto é, por módulos), cobrados de forma individual. Assim, no caso do Reverbnation, partindo do que foi explanado anteriormente, se o artista desejar adquirir

¹⁶⁷ Myspace <<http://www.myspace.com>>

¹⁶⁸ LastFM <<http://www.lastfm.com>>

¹⁶⁹ Reverbnation <<http://www.reverbnation.com>>

¹⁷⁰ Orkut <<http://www.orkut.com>>

¹⁷¹ Facebook <<http://www.facebook.com>>

¹⁷² Abordarei o *consumidor* mais adiante. (nota do autor)

o serviço de “distribuição digital”, pode adquiri-lo de forma individual, não sendo obrigado/condicionado a adquirir outro serviço em conjunto (exceto na modalidade de pacote promocional, na qual mais de um serviço é oferecido mediante desconto promovido pela compra casada de mais de um ítem – sendo que, neste caso, o valor do todo – conjunto de serviços adquiridos simultaneamente – é menor que a soma das partes adquiridas individualmente).

O ReverbNation possui uma funcionalidade diferenciada em relação aos demais sites similares a ele: o artista pode disponibilizar *fonogramas* acessíveis apenas a fãs cadastrados. Desse modo, o artista encoraja o fã a fornecer dados de contato (como e-mail, por exemplo) em troca de material exclusivo. Os sistemas de estatísticas do site também apresentam dados relevantes como número de acesso aos *fonogramas*, informações sobre quem são os ouvintes (*consumidores*) e ainda a posição de popularidade (chamada de *chart*) do artista classificada por estilo musical, região geográfica e número de acessos.

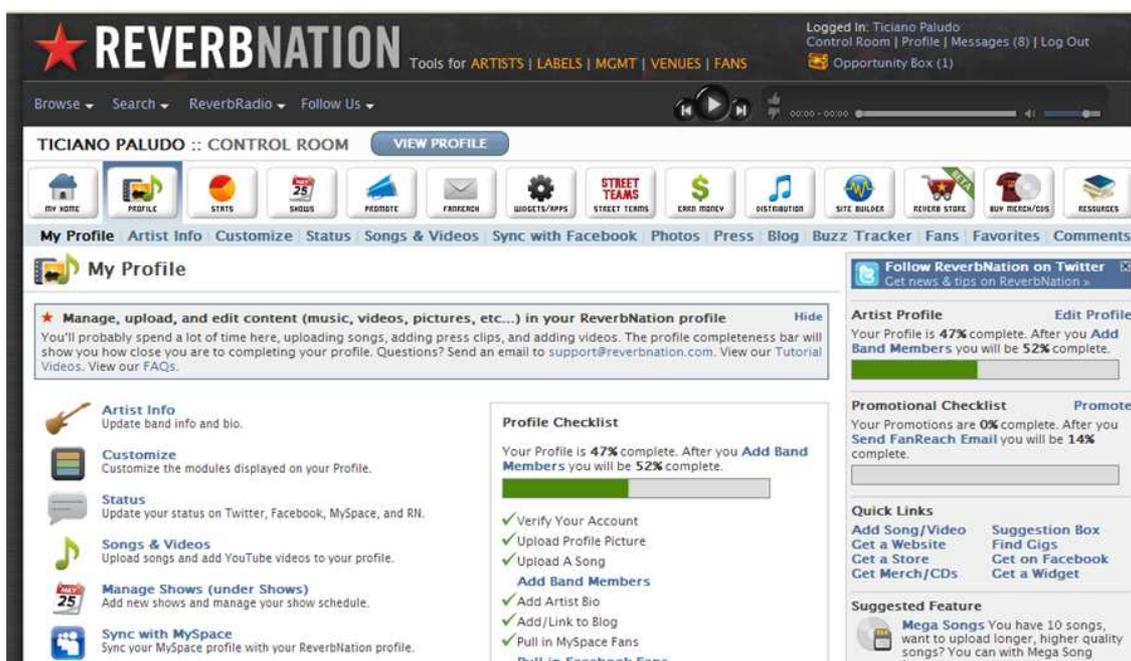


Fig. 57 – Printscreen ReverbNation – diversas funcionalidades disponíveis.¹⁷³

O Myspace possui funcionalidade semelhante ao ReverbNation. Embora o Myspace seja mais popular e difundido, o ReverbNation vem ganhando espaço,

¹⁷³ Extraído de <http://www.reverbNation.com> acesso em 12/02/2010

principalmente por apresentar recursos mais sofisticados e amistosos do que o Myspace. Outro diferencial é que, além das categorias já citadas de fã ou artista, o site aceita cadastro de *selos musicais*, empresários artísticos e casas de espetáculos.

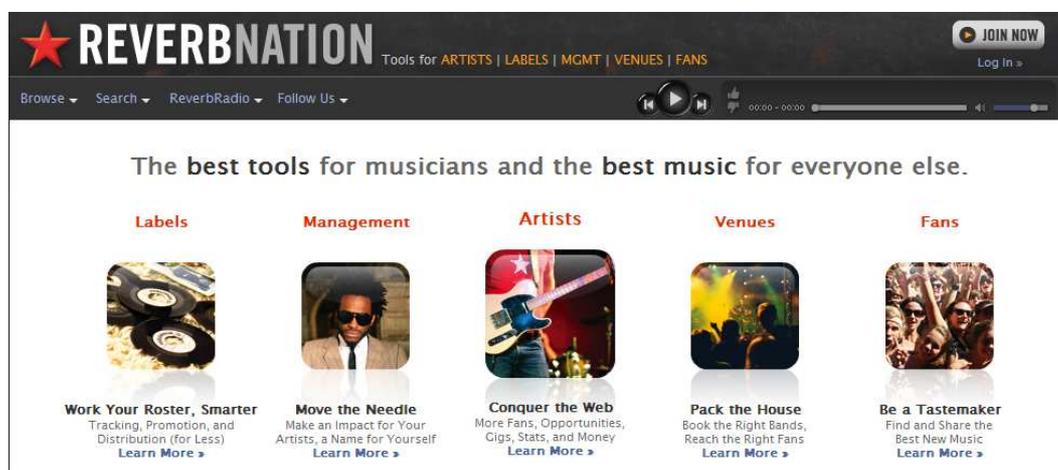


Fig. 58 – *Printscreen* ReverbNation: ferramenta para selos, empresários, artistas, casas de espetáculos e fãs.¹⁷⁴

Mais do que um site de rede social de relacionamento, como pode ser observado na figura acima, o ReverbNation se posiciona como uma ferramenta promocional, interligando todas as esferas da cadeia produtiva da música, da produção à circulação. Por este motivo, parece-me o exemplo mais completo que dá conta de demonstrar a *atualização* no que tange à vitrine musical do século XXI.

Para se ter uma idéia aproximada em números, segundo dados do próprio site¹⁷⁵, o ReverbNation conta hoje com mais de 500 mil artistas cadastrados. Segundo dado publicado no jornal Estado de São Paulo (Estadão) em 2008¹⁷⁶, o Myspace possuía até aquele momento cerca de 110 milhões de usuários cadastrados (diferente do ReverbNation que estampa em sua capa o número de artistas cadastrados, o Myspace não revela dados deste tipo em seu site e a pesquisa consultada também não apresenta dados específicos sobre *consumidores* e artistas, apenas um dado global). Com o dado apresentado pelo ReverbNation, pode-se constatar que existe uma aderência considerável de artistas interessados neste tipo de ferramenta.

¹⁷⁴ Extraído de <<http://www.reverbnation.com>> acesso em 12/02/2010

¹⁷⁵ <<http://www.reverbnation.com>> acesso em 12/02/2010

¹⁷⁶ Fonte: <http://www.estadao.com.br/tecnologia/not_tec105473,0.htm> acesso em 12/02/2010

No caso do Orkut – um site de rede social de relacionamento que não foi criado visando o mercado musical – pode-se constatar uma apropriação existente por parte de artistas, *selos* e produtores musicais ¹⁷⁷. No caso dos artistas (e vou utilizar uma banda de *rock* como exemplo), uma vez que o cadastro de perfil de usuário foi pensado em pessoas (e não em artistas), os artistas se apropriaram desta ferramenta através de um modelo base que pode ser entendido da seguinte forma: cada integrante da banda cria o seu perfil pessoal. Paralelamente, é criado o perfil da banda. Assim, outros artistas e os *consumidores* podem se comunicar individualmente com cada membro do grupo, ou ainda com o grupo como um todo, de forma específica e dirigida. Assim, a banda “se humaniza”, uma vez que a criação de um perfil no Orkut foi pensada para uma aplicação individualizada e não coletiva (cada um tem o seu perfil). Ao criar o perfil como banda, a banda personifica o “produto banda”. Desse modo, os outros usuários do site que estabelecerem laços com a banda, assim como são amigos de outros usuários, serão amigos da banda. Os produtores musicais também podem criar seus perfis e divulgarem seus serviços (eu, por exemplo, já alavanquei trabalhos por intermédio tanto do Orkut como do Reverbnation).

O Orkut também possibilita que seus participantes criem comunidades. Uma comunidade pode ser entendida como um grupo de participantes unidos por um interesse comum (pode ser um livro, um filme, uma ideologia, um hábito, uma paixão, etc). Assim como é possível de se acessar determinado perfil através de um endereço eletrônico específico, é possível se acessar uma comunidade. Exemplificando, meu perfil pode ser acessado através do seguinte endereço:

<<http://www.orkut.com.br/Profile.aspx?uid=9288061793625591972>>

Existe uma comunidade denominada “Produtor Ticiano Paludo” que pode ser acessada em: <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=1526852>>

Uma vez que o artista cria uma comunidade (ou que um terceiro cria esta comunidade para/sobre ele), ela pode funcionar não só como “ponto de encontro” entre os *consumidores*, mas como plataforma promocional, podendo comportar informações

¹⁷⁷ Estas apropriações foram analisadas através de pesquisa realizada mediante visitas frequentes ao site durante o período de abril de 2008 a novembro de 2009. (nota do autor)

sobre o artista referentes à sua atuação profissional. O artista pode, por exemplo, indicar um endereço eletrônico externo ao Orkut no qual é possível ouvir algum material sonoro novo ou fazer o *download* do mesmo.

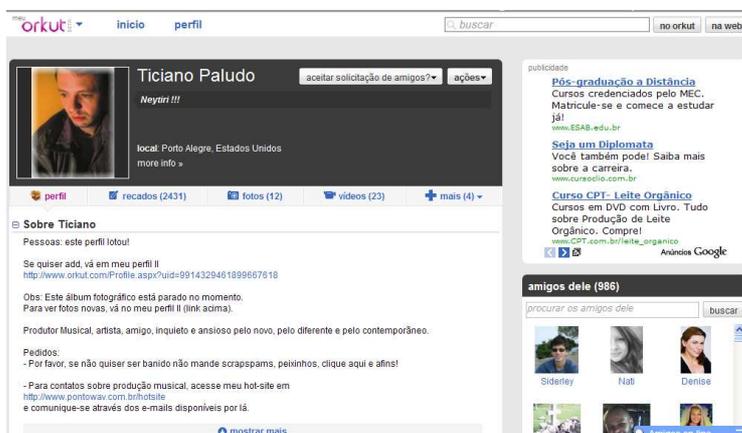


Fig. 59 – O Orkut possibilita a criação de perfis...



... e de comunidades.¹⁷⁸

A vitrine musical não se restringe às redes P2P e aos sites de rede social de relacionamento. Existem outras ferramentas que, embora não tenham sido criadas especificamente para o universo musical, estão sendo apropriadas por artistas e produtores. Abordarei a seguir as ferramentas Release Promo, *blog* e You Tube.

O Release Promo¹⁷⁹ é um site canadense que se define como um serviço promocional digital focado na *dance music* (música eletrônica pop). O público-alvo do serviço se divide em dois grupos: DJs e *selos musicais*. Os *selos* podem se inscrever

¹⁷⁸ *Printscreens* extraídos em 12/02/2010. (URL já citadas no texto – perfil Ticiano Paludo / Comunidade Ticiano Paludo)

¹⁷⁹ <<http://www.releasepromo.com>> Toda a análise baseada em consulta ao site, acesso em 12/02/2010.

gratuitamente. Uma vez inscritos, podem enviar *fonogramas*. Estes *fonogramas* enviados devem ser exclusivamente reconhecidos como pertencentes ao gênero musical *dance music* (outros estilos não são aceitos). Uma vez enviado, o material sonoro fica disponível para audição do outro grupo, ou seja, os DJs. O cadastro e envio de faixas é gratuito para os *selos*. Já os DJs devem pagar uma mensalidade de cinquenta e nove dólares. A justificativa da cobrança se deve ao fato de que, uma vez fazendo parte do sistema, os DJs poderão ter acesso a uma extensa discoteca *online* que permite audição e *download* gratuito e ilimitado. Os *selos* que enviam trabalhos devem concordar de antemão que o material enviado poderá ser utilizado pelos DJs em suas *GIGs* (*G*). Em contrapartida, cada vez que um DJ faz o *download* de uma faixa, ele deve avaliá-la. A avaliação é enviada ao *selo*. O *catálogo* (*G*) disponível no Release Promo é promovido pelo site mediante envio semanal de informativos eletrônicos. Estes informativos são enviados não apenas aos DJs cadastrados, mas também a outros profissionais do mercado musical como produtores, empresários e pessoas ligadas a veículos de comunicação de massa, como o rádio e a TV do mundo todo. Assim, os *selos* podem promover os seus artistas e mensurar o interesse pelas obras disponibilizadas como uma espécie de *test-drive* (teste de direção), verificando possíveis falhas ou potencialidades estéticas e comerciais. O site apresenta, ainda, uma parada de sucessos (*top 50 charts*) atualizada constantemente. Segundo dados do site, cerca de 500 novos *fonogramas* são adicionados semanalmente. A seguir, apresento um *printscreen* do Release Promo.

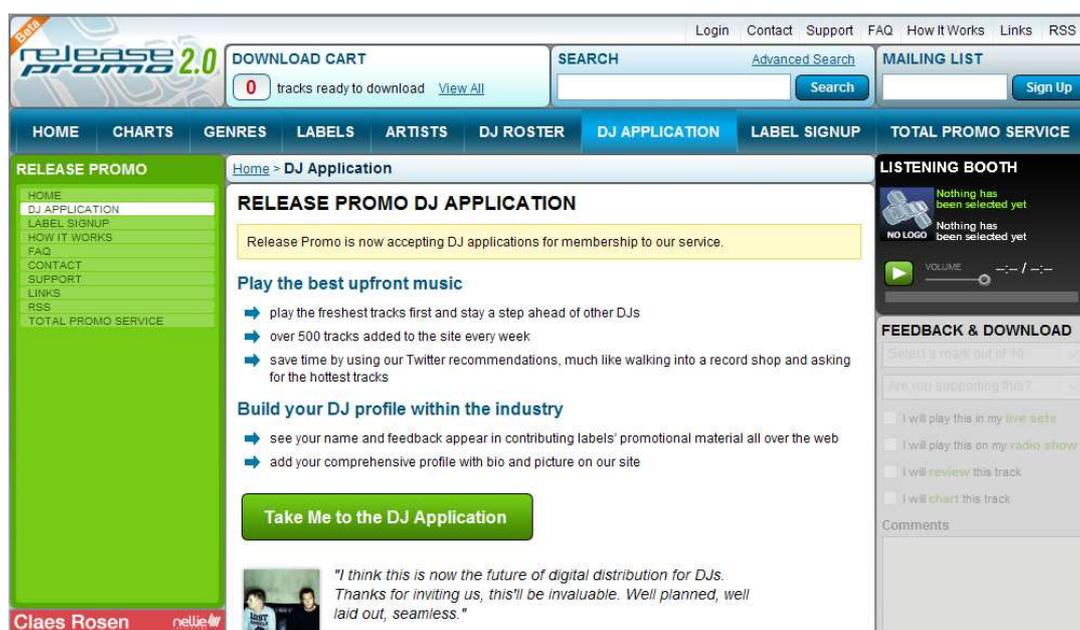


Fig. 60 – *Printscreen* Release Promo: ferramenta promocional para *dance music*.¹⁸⁰

¹⁸⁰ *Printscreen* <<http://www.releasepromo.com>> acesso em 12/02/2010.

Posto isso, passarei agora à abordagem sobre os *blogs*. Cada vez mais popular, esta ferramenta foi desenvolvida inicialmente com o objetivo de possibilitar a criação de diários eletrônicos *online*. Neles, pode-se inserir conteúdo de texto, áudio, vídeo e imagem. O conteúdo é estruturado por meio de mensagens conhecidas como *postagens* (chamadas de *posts*), exibidas em ordem decrescente de publicação (da mais recente à mais antiga). Os *posts* podem possuir um título e palavras-chaves, conhecidas como etiquetas ou *tags*. Isso facilita a busca pelas informações publicadas. Artistas e produtores musicais podem elaborar uma série de conteúdos variados. Tomando um exemplo, possuo um *blog*¹⁸¹ no qual publico regularmente informações sobre produção musical e comunicação social. Além do conteúdo citado, assim como no caso do Orkut e do ReverbNation, é possível a publicação de *links*. Portanto, os *blogs* se *atualizam* em plataformas de publicação de conteúdo promocional de qualquer espécie. Os serviços de criação de *blogs* são normalmente gratuitos e amistosos. Os mais utilizados atualmente são o Blogger¹⁸² (pertencente à empresa norte-americana Google¹⁸³) e o Wordpress¹⁸⁴ (uma ferramenta de domínio público).

Até a década de 2000, a publicação de resenhas e críticas de álbuns musicais era realizada principalmente por jornalistas especializados em música, em matérias publicadas em veículos de comunicação de massa como a TV, revistas e jornais. Com a proliferação dos *blogs* a partir da década de 2000, os blogueiros (como são chamados aqueles que possuem um *blog*), sejam eles jornalistas ou não, começaram a produzir conteúdo semelhante ao elaborado anteriormente por “jornalistas musicais”. Os *blogs* por não terem obrigações editoriais, conseguiram suprir uma demanda reprimida, publicando *posts* sobre o trabalho de artistas de fora do *mainstream* ou ainda artistas renomados que encontram-se longe do foco da mídia tradicional. Alguns *blogs* passaram a ter destaque, *atualizando* os blogueiros em formadores de opinião pública (papel até então exclusivo de jornalistas especializados em publicações sobre o meio musical). Assim, vários *blogs* passaram a funcionar como fonte de informação, tanto para *consumidores* como para artistas e produtores musicais¹⁸⁵. Como viu-se no

¹⁸¹ *Blog Mix Tape 2 The People* <<http://mixtapetothepeople.blogspot.com>> Acesso em 10/02/2010.

¹⁸² <<https://www.blogger.com/start>> acesso em 12/02/2010.

¹⁸³ <<http://www.google.com>> acesso em 12/02/2010.

¹⁸⁴ <<http://www.wordpress.com>> acesso em 12/02/2010.

¹⁸⁵ Um exemplo é o *blog* Remixtures <<http://remixtures.com>> acesso em 18/02/2010.

exemplo anteriormente citado (sobre o meu *blog*), produtores musicais podem utilizar mais um canal de comunicação e informação. Nesse contexto, a tendência é a de que quanto mais conteúdo qualitativo for publicado, maior interesse o *blog* irá gerar. Conseqüentemente, o interesse acabará se voltando ao blogueiro. No caso dos produtores musicais, isso pode representar incremento na procura pelos serviços de produção musical. No caso de artistas, interesse em aquisição de obras musicais ou contratação para apresentações ao vivo. Outro exemplo que pode ser citado é o do brasileiro DJ Zé Pedro ¹⁸⁶ que possui um blog informativo sobre música.



Fig. 61 – Printscreen blog DJ Zé Pedro (vide nota de rodapé 168)

Como relatei no sub-capítulo referente ao *Cyberhood*, tive minha obra “pirateada” e publicada no *blog* “Durango-95” especializado em *rock* gaúcho. Assim como o “Durango-95”, existem diversos outros *blogs* temáticos (*rock*, pop, música eletrônica, clássicos, MPB) que oferecem conteúdo referente ao *download* ilegal de faixas e álbuns. Como estes *blogs* costumam ter acessos bastante significativos, acabam (ainda que muitas vezes involuntariamente) tornando-se formadores de opinião, indicando artistas e álbuns que consideram bons e que estão sendo compartilhados justamente para que os *consumidores* conheçam estes trabalhos musicais (esta conclusão foi feita com base em navegação realizada por mim durante os anos de 2008 e 2009 em diversos *blogs* deste tipo). Um exemplo relevante a ser recortado é o *blog* “Nau Pyrata” ¹⁸⁷. Este *blog* funciona como um indexador de *blogs*. Nele, ao invés de se encontrar álbuns e faixas para *download*, o que existe é uma série de *links* para outros *blogs* que oferecem *download* ilegal de música, indicando o nome destes *blogs* e os

¹⁸⁶ < <http://bloglog.globo.com/djzpedro/>> acesso em 13/02/2010.

Printscreen capturado durante o acesso ao blog.

¹⁸⁷ <<http://www.naupyrata.blogspot.com>> acesso em 18/11/2009.

estilos musicais predominantes em cada um deles. A seguir, apresento três imagens recortadas deste *blog* que ilustram o exposto.

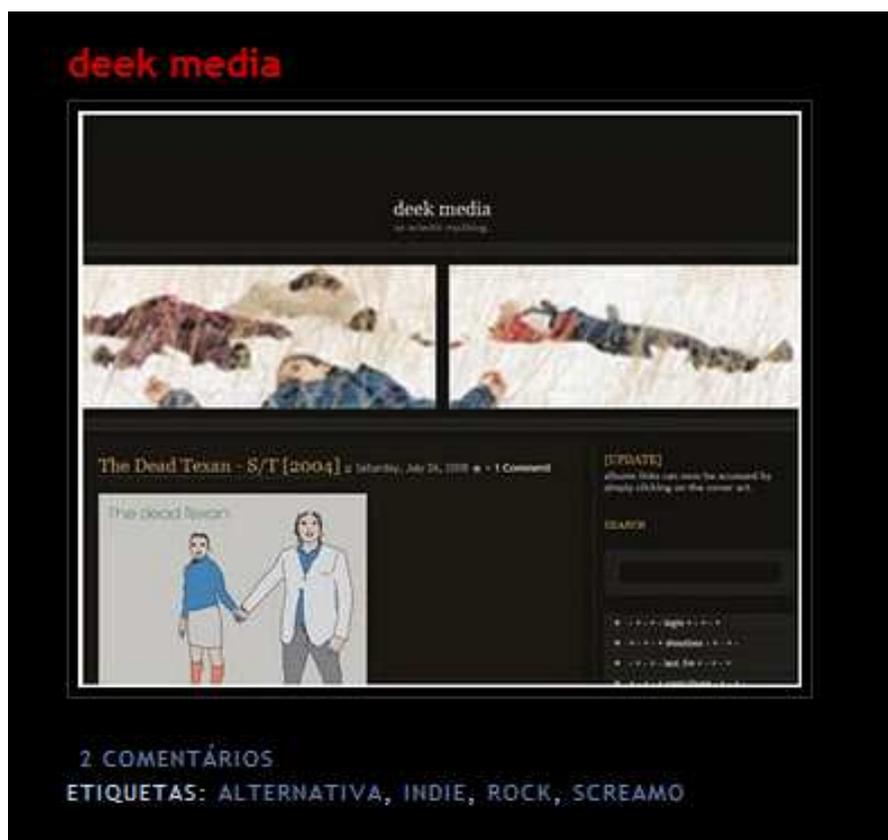


Fig. 62 – *Printscreen blog “Nau Pyrata”*¹⁸⁸

¹⁸⁸ As figuras 62, 63 e 64 foram extraídas de <<http://naupyрата.blogspot.com>> acesso em 12/02/2010.

Os três exemplos mostram o sistema adotado para exibição dos *blogs*: na parte superior do *post*, consta o título do *blog* indicado (se clicado, funciona como um *link* para este *blog*); no centro, um *printscreen* do *blog* indicado; abaixo, espaço para que os *consumidores* postem comentários; por fim, etiquetas (*tags*) que além de informarem o estilo do *blog* indicado, funcionam como organizadoras do próprio “Nau Pyrata” (clicando-se em uma *tag* é possível acessar-se a todos os *posts* que contenham a mesma *tag*).

Em todos os *blogs* observados durante o estudo, constatei que as faixas e álbuns compartilhados encontram-se hospedadas fora dos *blogs*. A hospedagem (*upload*) é feita através da utilização de ferramentas de compartilhamento de arquivos digitais. Estas ferramentas possibilitam que qualquer pessoa faça o *upload* (**G**) de um arquivo de qualquer espécie que ficará hospedado nos servidores do referido serviço. A ferramenta envia um endereço eletrônico a quem fez o *upload* do material. Uma vez de posse desse dado, basta indicar aos outros usuários aonde o arquivo está disponível para que o *download* seja realizado. O processo de *upload* costuma utilizar como fonte, material sonoro *ripado* (**G**) de álbuns originais, ou cópias de arquivos ilegais anteriormente *ripados* (neste caso, o processo é chamado de *re-up* ou *reupload*). As ferramentas mais comuns utilizadas atualmente são o Rapidshare¹⁸⁹ e o Megaupload¹⁹⁰. Os serviços de *download* e *upload* são gratuitos. No caso dos *downloads*, os *consumidores* podem transferir um número limitado de megabytes por hora. Caso ultrapassem este limite, para continuar o processo, devem aguardar um período de tempo que pode variar de alguns minutos a algumas horas. No caso dos *uploads*, eles permanecerão hospedados no servidor da ferramenta por um período limitado de tempo, que pode variar de alguns dias a algumas semanas. Tanto no caso de *download* como de *upload* estas limitações (transferência limitada por hora, hospedagem excluída após determinado período de tempo) podem ser eliminadas mediante pagamento de uma taxa. Esta taxa (assinatura do serviço) varia de acordo com o período de tempo em que se deseja contratar o serviço. A assinatura pode ser paga mediante débito em cartão de crédito internacional. A seguir, apresento um *printscreen* com a tabela de custos do serviço Megaupload e os benefícios de se tornar um assinante:

¹⁸⁹ <<http://www.rapidshare.com>> acesso em 12/02/2010.

¹⁹⁰ <<http://www.megaupload.com>> acesso em 12/02/2010.

MEGAUPLOAD Login | Cadastrar-se | Português

Associação grátis | **Premium** | Prêmios | Top 100 | Ferramentas Mega | Suporte | FAQ

Acesso ilimitado

- Armazenamento ilimitado
- Velocidade ilimitada
- Largura de banda ilimitada

Associação Premium por um (1) mês	\$ 9.99	Associação Premium 3 meses	\$ 19.99
Titulo de Sócio Premium de 1 ano	\$ 59.99	Associação Premium 2 anos	\$ 79.99
Titulo de Sócio Platinum vitalicio <small>Junte-se ao Elite Mega Clube. Seus arquivos serão preservados para sempre. Você fetura mais prêmios!</small>		\$ 199.99	

Fig. 65 – *Printscreen* Megaupload (tabela de custos) ¹⁹¹

Características	Premium	Associados	Não-associados
Download de arquivos do Megaupload	✓	✓	✓
Mega Gerenciador para upload e download.	✓	✓	✗
Prioridade à velocidade de download	O mais alto	Baixo	Lowest
Downloads máximos em paralelo	Sem limites	1	1
Armazenagem on-line com gerenciador de arquivo	Sem limites	200 GB	None
Tamanho máximo do upload por arquivo	Sem limites	2 GB	500 MB
Limite de download por 24 horas	Sem limites	Limitado	Bem limitado
Tempo de espera antes que cada download começar	Nenhum	25 segundos	45 segundos
Anúncio	Pouco	Médio	Máximo
Suporte para recomençar upload e download.	✓	✓	✗
O download vai começar imediatamente (hotlinks)	✓	✗	✗
Suporte para aceleradores de download	✓	✗	✗
Proteja com senhas os links de download.	✓	✗	✗
Envie arquivos de servidores remotos via FTP ou HTTP	✓	✗	✗
Downloads inesperados de batch	✓	✗	✗
Envie o arquivo para múltiplos destinatários	✓	✗	✗
Acesso Premium a Megavideo.com	✓	✗	✗
Participe com Intercâmbio de Tráfico	✓	✗	✗

Fig. 66 – *Printscreen* Megaupload (vantagens para associados)

¹⁹¹ Valores expressos em dólares. Os dois *printscreens* (Fig. 65 e Fig. 66) foram extraídos de <<http://www.megaupload.com>> acesso em 12/02/2010.

Passarei agora ao recorte referente ao You Tube. O You Tube ¹⁹² é um site de compartilhamento de vídeos que se tornou popular na segunda metade da década de 2000. Seu slogan “*Broadcast Yourself*” reflete o espírito do Movimento *Punk*, incentivando a participação coletiva (traduzindo livremente, “Veicule-se”). Possibilita que usuários cadastrados publiquem vídeos de qualquer natureza, desde que estes vídeos não infrinjam direitos autorais, não envolvam conteúdo pornográfico, difamação ou material que incentive práticas criminais. O site possui uma ferramenta própria de envio de material. Os vídeos devem ter duração máxima de dez minutos. Uma vez enviados, são automaticamente codificados no formato FLV (formato de vídeo da empresa Adobe chamado de *flash video*) e disponibilizados para que sejam acessados em *stream* (G). A opção de *download* dos vídeos não é oferecida. No entanto, existem ferramentas *online* que permitem capturar os vídeos e transferi-los para o computador pessoal. Uma delas (que foi utilizada para capturar os vídeos contidos nos anexos digitais da dissertação) é a KeepVid ¹⁹³.

Uma vez que o usuário cria a sua conta, ele passa a gerenciar o seu próprio canal emissor (similar a um canal de TV). Para “sintonizar” o canal, basta acessar a um endereço eletrônico (normalmente do tipo <http://www.youtube.com/nome do canal>). O nome do canal costuma ser o nome de usuário escolhido no momento do cadastro. Uma vez feito o cadastro, o serviço é acessado mediante informação de nome de usuário e senha. Diferente do que ocorre em ferramentas como o Megaupload e o Rapidshare, a permanência dos vídeos “no ar” não expira (exceto se o vídeo violar os termos de serviço ou caso seja deletado pelo usuário que os publicou).

A utilização de You Tube como vitrine musical é bastante ampla ¹⁹⁴: pode compreender desde a publicação de entrevistas, clipes e *video-releases*, até práticas não-convencionais. Uma delas é a que vou destacar agora. Muitos artistas, produtores musicais e fãs estão utilizando o You Tube como *jukebox* (sistema popular na década de 1950 que consistia na inserção de uma moeda para que uma vitrola tocasse músicas de um *playlist* pré-estabelecido; para melhor compreensão, existe um vídeo que ilustra o funcionamento de uma *jukebox* disponível nos anexos digitais da dissertação (o)). O

¹⁹² <<http://www.youtube.com>> acesso em 12/02/2010.

¹⁹³ <<http://www.keepvid.com>>

¹⁹⁴ Realizei visitas constantes ao site durante os anos de 2008 e 2009. (nota do autor)

processo se dá da seguinte maneira: em vez de se publicar um vídeo convencional, é enviado um arquivo contendo uma imagem estática e o áudio de um *fonograma*. A imagem pode ser tanto do artista, como da capa de um álbum do qual o *fonograma* faça parte. O You Tube, assim como outros sistemas analisados anteriormente, também trabalha utilizando *tags* para facilitar o acesso às informações. Ele ainda relaciona as *tags*, procurando indicar vídeos que apresentem conteúdos afins. Assim, procurando pelo nome do artista ou *fonograma* é possível acessar o conteúdo de maneira rápida. Duas perguntas devem ser feitas a partir do exposto: Por que isso está acontecendo? Qual a vantagem dessa apropriação?

Essa prática está ocorrendo, pois inexistem sistemas eficientes de *stream* (G) de áudio gratuitos (exceto os oferecidos em sites como Myspace e Reverbnation). Os que já existem, não possibilitam uma audição *stand alone*, isto é, uma audição independente, permanecendo confinados ao site no qual se encontram disponibilizados. Embora existam serviços como o já citado Last FM – que possibilita ouvir áudio em *stream* –, ou o Blip.fm¹⁹⁵ (de difícil publicação de conteúdo) o You Tube é muito mais rápido, prático e popular, uma vez que não cobra nenhuma taxa, tanto para envio de material quanto para acesso ao material. Existem serviços como o SoundCloud¹⁹⁶ ou o MixCloud¹⁹⁷ que possibilitam acesso *stream* e publicação amistosa, mas não permitem que faixas isoladas sejam postadas, dando prioridade à *podcasts* (G) e *sets* (G) de DJs mixados (que podem ser entendidos como uma *atualização* das *mixtapes* (G)). Um dos sites gratuitos que permitia a postagem de *fonogramas* isolados era o Imeem¹⁹⁸. Porém, no final de 2009 ele foi comprado pelo Myspace, que desabilitou o serviço.

Assim sendo, como pode-se observar neste recorte, o You Tube se *atualiza* em uma *jukebox*, oferecendo *fonogramas* de fácil acesso *stream*. O site permite, ainda, que vídeos sejam incluídos em *playlists* de vídeo e ordenados de acordo com a vontade de quem os posta ou de quem os acessa. Portanto, artistas e produtores podem postar álbuns completos com as faixas ordenadas exatamente como foram lançadas (seja em

¹⁹⁵ <<http://blip.fm>> acesso em 15/02/2010

¹⁹⁶ <<http://www.soundcloud.com>> acesso em 12/02/2010

¹⁹⁷ <<http://www.mixcloud.com>> acesso em 12/02/2010

¹⁹⁸ <<http://www.imeem.com>> acesso em 09/05/2009

formato vinil, CD ou *digital release*)¹⁹⁹. O You Tube, além de possibilitar a inclusão de diversos vídeos, transforma-se gradualmente em uma grande discoteca eletrônica.

4.3 RECONFIGURANDO A DISTRIBUIÇÃO

Como explanei no Capítulo I, uma vez que as obras musicais eram finalizadas, o estágio seguinte do processo envolvia a sua exposição para venda. Este papel era desempenhado pelo distribuidor. O distribuidor era responsável por colocar álbuns (primeiramente em formato vinil / K7, depois em formato CD) nas lojas de discos. O departamento de distribuição poderia pertencer à própria gravadora ou ser terceirizado. Mas, como pode ser observado através do que foi exposto até aqui, as lojas de discos se *atualizaram* e passaram do plano físico para o plano virtual. Hoje, os discos são basicamente vendidos em grandes lojas (no caso do Brasil, as Lojas Americanas ilustram o caso), megalivrarias (novamente recorrendo a um exemplo nacional pode-se citar a Livraria Cultura) e em supermercados. A *atualização* no plano da distribuição envolve três aspectos intimamente relacionados, como pode ser visto no quadro a seguir:

QUADRO 13 – ATUALIZAÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO²⁰⁰

MODELO TRADICIONAL	MODELO ATUALIZADO
Álbuns físicos: Vinil / K7 / CD	Álbuns virtuais: <i>digital release</i>
Lojas físicas de venda de álbuns físicos	Lojas virtuais de venda de álbuns virtuais
Distribuição física em lojas físicas	Distribuição digital em lojas virtuais

¹⁹⁹ Eu possuo um canal no You Tube e utilizo o serviço conforme descrição apresentada. Um exemplo de álbum completo que utiliza o You Tube como *jukebox* pode ser acessado através do link <http://www.youtube.com/view_play_list?p=F5E7666F805A6B47> acesso em 12/02/2010. (nota do autor)

²⁰⁰ Fonte: (PALUDO, 2010).

Como pode-se ver, os três aspectos dizem respeito a: i) formato; ii) espaço; iii) meio. Abordei anteriormente a passagem da “música gravada” para a “música digitalizada”. A grande *atualização* consiste na oferta de álbuns exclusivamente digitais. Isso implica em uma mudança radical no paradigma relacionado à distribuição. Contrário a outros países como os Estados Unidos, nas últimas décadas o Brasil não apresentou uma aderência significativa ao *consumo* de *singles*, preferindo os álbuns completos ou coletâneas (*G*). A digitalização associada à internet propicia a volta da cultura do *single*, ampliando-a no momento em que faixas avulsas podem ser livremente comercializadas. Uma loja física necessita de espaço físico para acomodar as obras que expõe para venda. Uma loja virtual também precisa de espaço, só que espaço de alocação de dados binários. A distribuição de dados binários é mais rápida e barata do que a distribuição de material em formato físico. O espaço para alocar as mercadorias em estoque no formato digital reduz os custos de estocagem (bem inferiores aos custos de estoque físico).

Retomando o que já expus anteriormente é possível observar-se que com a digitalização, artistas e produtores podem trabalhar de forma conjunta, superando limitações de tempo, espaço e localização geográfica. A mesma lógica vale para a distribuição. Se agora os artistas podem, através da internet, *masterizar* uma faixa no estúdio Abbey Road, mesmo que morem a centenas de quilômetros de Londres, através dos distribuidores digitais estes artistas podem disponibilizar os seus *fonogramas* para venda no mundo todo, a custos bastante acessíveis, dispensando inclusive a produção física seriada de um álbum. Os distribuidores digitais são chamados de agregadores (*agregators*). Existem dois deles atuando de forma bastante presente hoje: CD Baby²⁰¹ e The Orchard²⁰². Em ambos os casos, pode-se contratar o serviço de distribuição digital, e, caso o artista deseje, também o de distribuição física tradicional. O serviço é cobrado mediante pagamento de taxas de adesão e percentuais sobre as vendas efetivas. A cobrança do serviço e o pagamento referente às vendas é realizado através de débito e/ou crédito em cartão de crédito internacional. Outro sistema bastante utilizado (inclusive por músicos e produtores para receber cachês e para o pagamento de serviços como o já citado Rapidshare) é o PayPal²⁰³, sistema eletrônico de

²⁰¹ <<http://www.cdbaby.com>> acesso em 13/02/2010

²⁰² <<http://www.theorchard.com>> acesso em 13/02/2010

²⁰³ <<http://www.paypal.com>> acesso em 10/02/2010

pagamento/recebimento digital, que também funciona através de cartão de crédito internacional, na mesma modalidade já descrita. O público-alvo principal desses serviços de distribuição digital é constituído de pequenos *selos* e artistas independentes sem vínculo com *selos* e gravadoras (conhecidos como “*unsigned artists*”).

Uma vez que o material (desde faixas avulsas até obras mais completas) é enviado ao distribuidor digital e a taxa de adesão ao serviço é paga, ele começa a ser distribuído mundialmente, em todos os continentes. O preço de venda é fixado pelo próprio artista. Caso o artista deseje, pode contratar o serviço em modalidades mais sofisticadas, pagando taxas extras. Esta sofisticação diz respeito à ampliação do serviço: além de oferecer a distribuição, os *agregators* realizam o trabalho de promoção do material colocado à venda (seria algo como posicionar melhor o CD na prateleira da loja). Desse modo, eles *atualizam*, simultaneamente, os papéis de distribuição, divulgação e promoção, de forma unificada. Assim como a já citada loja da Apple (iTunes Music Store), existem diversas lojas virtuais atuando pelo mundo. A seguir, apresento um quadro que indica algumas dessas lojas espalhadas pelo mundo. O quadro²⁰⁴ inclui o nome, logotipo, endereço eletrônico (URL) e o país aonde se encontra a loja.

²⁰⁴ Elaboração: (PALUDO, 2010).

QUADRO 14: LOJAS DIGITAIS DE VENDA DE MÚSICA PELO MUNDO

Loja Digital / logotipo	País	URL
CD On 	Dinamarca 	http://www.cdon.dk
Digirama 	Nova Zelândia 	http://www.digirama.co.nz
Flur 	Portugal 	http://www.flur.pt
iTunes Music Store 	Estados Unidos 	http://www.apple.com/itunes
Juno 	Inglaterra 	http://www.juno.co.uk
Listen Japan 	Japão 	http://www.listen.co.jp
Musicload 	Alemanha 	http://www.musicload.de
Starzik 	França 	http://www.starzik.com
Sonora 	Brasil 	http://www.sonora.com.br
Soul Seduction 	Áustria 	http://www.soulseduction.com

Antes da venda digital, artistas e produtores recebiam relatórios de venda elaborados pelas gravadoras que mostravam o desempenho por período (normalmente por semestre ou por ano). Estes relatórios eram duvidosos, uma vez que tornava-se humanamente impossível conferir-se *in loco* as vendas em todos os pontos de distribuição aonde os álbuns eram comercializados. Assim, os artistas deveriam “confiar” no relatório fornecido pelas gravadoras. Alguns artistas contavam com o apoio de Editoras Musicais, empresas responsáveis por cuidarem dos direitos autorais relativos a pagamentos de *royalties* por execução pública em veículos de comunicação de massa e comissões referentes a vendas em lojas de discos. Os *agregators* revolucionaram este processo, uma vez que as vendas podem ser conferidas em tempo real, através de relatórios eletrônicos.

A esmagadora maioria das lojas digitais de vendas de *digital releases* só aceitam a inclusão de obra mediante a intermediação de *agregators*. No entanto, algumas delas aceitam trabalhar diretamente com os artistas e produtores, eliminando intermediários. Para ilustrar o caso, tomarei como exemplo a vendedora digital londrina Juno e o *selo* Wav Label (do qual sou proprietário). A relação entre a Juno e a Wav se deu da seguinte forma: primeiro foi realizado um contato via e-mail (enviado pela Wav para a Juno), demonstrando interesse em disponibilizar o seu catálogo para venda *online*. Então, a Juno pediu referências do catálogo como número de títulos disponíveis, artistas pertencentes ao *cast* e amostras do trabalho para serem ouvidas em formato *stream*. A Wav enviou os dados solicitados. A Juno aprovou-os e enviou um contrato (via e-mail) para ser assinado pela Wav. O contrato foi impresso, assinado, digitalizado (através de *scanner*) e devolvido à Juno via e-mail. A Juno imprimiu a cópia enviada, assinou-a e enviou novamente a Wav (dessa vez utilizando o correio convencional internacional). Uma vez que o contrato estava devidamente assinado por ambas as partes e cada um tinha sua cópia, a Juno disponibilizou um nome de usuário e senha para que a Wav pudesse realizar a inclusão de seu catálogo na Juno. O catálogo foi enviado em formato digital através de FTP (*G*). Foram enviadas as faixas de cada álbum (em formato WAV), imagens de capa e contra-capas dos álbuns e uma *guia de rótulo* (*G*) de cada álbum. Cabe observar que todo o processo se deu de forma *online* (exceto pelo envio do contrato da Juno para a Wav que se deu via correio convencional) e que o *selo* foi o responsável por fazer o *upload* do material. Após o envio, a Juno realizou uma

conferência do material enviado, convertendo os *fonogramas* em padrão de compressão MP3. A Juno oferece o *download* legalizado de *fonogramas* em formato WAV e MP3. Isto ocorre, pois muitos de seus consumidores não se importam em pagar um pouco mais para adquirirem de forma legal um arquivo que apresente maior qualidade de som. O tempo entre o envio de um álbum e sua efetiva disponibilização para venda digital leva em torno de quatro dias corridos. O valor dos *fonogramas* é escolhido pelo *selo*, dentro de algumas opções de custo de venda sugeridas pela Juno. O *selo* pode, ainda, oferecer desconto aos consumidores caso estes venham a comprar todos os *fonogramas* componentes de um álbum (uma vez que os *fonogramas* são disponibilizados para venda avulsa). Tomando como base a banda brasileira GET! ²⁰⁵, pertencente ao *cast* da Wav e que foi incluída no catálogo da Juno, os custos de *download* ficaram conforme o que segue (valores em libras):

GET! – custo de faixa avulsa: £ 0,84 (para arquivos MP3 em 128Kbps)
£ 1,10 (para arquivos MP3 em 320Kbps)

custo para álbum completo (12 faixas): £ 7,65 (em MP3 128Kbps)
£ 8,50 (em MP3 320Kbps)

desconto para álbum completo: £ 2,43 (em MP3 128Kbps)
£ 4,70 (em MP3 320Kbps)

* Obs: a opção de venda em WAV está desabilitada neste produto.

The screenshot shows the Juno Records website interface. At the top, there is a search bar and a navigation menu with categories like 'new THIS WEEK', 'new TODAY', 'last 8 WEEKS', 'bestsellers CHARTS', 'dj CHARTS', 'juno RECOMMENDS', 'back CATALOGUE', 'dj & studio EQUIPMENT', and 'faq HELP'. A banner for 'THE BIG NEW YEAR SALE' is visible. Below the navigation, there are logos for various audio equipment brands like iKEY, ESJ, stantOn, M-AUDIO, TASCAM, and Focusrite. The main content area displays the album 'Get!' by GET! (128 Kbps) with a 'View Full Size' button. To the right, there is a 'juno player' interface with 'BUY TRACKS' and 'GET PLAYER' buttons. Below the album information, there is a table of tracks with columns for '#', 'Samples', 'Title', 'Length', '192kbs MP3', and '320kbs MP3'. The table lists four tracks: 'Aqui', 'Mantra', 'Icône', and 'E Tao Bem'. A 'BUY' button with the price '£0.84' is also visible.

#	Samples	Title	Length	192kbs MP3	320kbs MP3
1.		Get! - "Aqui"	03:58	<input type="checkbox"/> £0.84	<input type="checkbox"/> £1.10
2.		Get! - "Mantra"	03:18	<input type="checkbox"/> £0.84	<input type="checkbox"/> £1.10
3.		Get! - "Icône"	05:19	<input type="checkbox"/> £0.84	<input type="checkbox"/> £1.10
4.		Get! - "E Tao Bem"	04:43	<input type="checkbox"/> £0.84	<input type="checkbox"/> £1.10

Fig. 67 – Printscreen álbum Get! (“128 Kbps”) disponível na Juno. ²⁰⁶

²⁰⁵ Get!. 128 Kbps. *Digital Release*. Brasil: Wav Label, 2004.

²⁰⁶ Fonte: <<http://www.juno.co.uk/products/1224894-02.htm>> acesso em 13/02/2010

O valor de venda do *fonograma* é proporcionalmente maior de acordo com a qualidade do arquivo oferecido (arquivos de MP3 em 320Kbps apresentam maior qualidade do que os de 128Kbps. Kbps significa “kilo bytes por segundo”, sendo correspondente à taxa de transferência de bits em arquivos de MP3. No padrão MP3, ela varia entre 32 e 320Kbps. Quanto maior, mais qualidade o arquivo apresenta. As taxas utilizadas na compressão de MP3 são 32, 64, 112, 128, 160, 192, 224, 256 e 320 Kbps).

Conforme exposto, é possível se ter acesso aos relatórios de venda em tempo real, como pode ser observado na figura abaixo:



Fig. 68 – *Printscreen Juno: relatório de vendas em tempo real.*²⁰⁷

Os pagamentos feitos pelo Juno são realizados através do PayPal. A Juno não cobra taxa alguma para utilização do serviço, apenas percentual sobre as vendas efetivas. Os pagamentos são feitos quatro vezes ao ano, em data pré-determinada pela Juno. Para receber um pagamento, o *selo* deve ter em haver um valor igual ou superior a cinquenta libras. Caso não atinga esse valor, o valor existente permanece como crédito e é somado às vendas posteriores, sendo resgatado no próximo período destinado aos pagamentos de *selos*. O processo se repete até que o *selo* possa resgatar a sua comissão através do valor mínimo pago. Caso o selo tenha ultrapassado o valor mínimo, mas não deseje

²⁰⁷ Fonte: <<http://lms.juno.co.uk/lms>> acesso em 12/02/2010.

fazer o resgate naquele momento, o valor continua disponível, sendo somado às vendas posteriores, podendo ser resgatado no próximo período destinado aos pagamentos. A Juno paga exclusivamente ao *selo* e cabe a ele o pagamento de direitos de venda ao seu *cast* (esse dado está bem claro no contrato enviado pela Juno). Os direitos de terceiros (isto é, do *cast* como descrito) são chamados de *third part* (em português, “direitos conexos”).

Assim, tracei um panorama geral da *atualização* da “distribuição física” à “distribuição digital”. Passarei agora ao último tema deste sub-capítulo, analisando a *atualização* das relações entre os atores da Indústria do Disco e os *consumidores*.

4.4 RECONFIGURANDO AS RELAÇÕES

Fazendo uma breve retomada, no presente sub-capítulo analisei as mudanças que ocorreram na última década no que diz respeito à maneira como tem-se produzido música, a ampliação da gama de possibilidades proporcionadas pela tecnologia – aproximando pessoas em *prol* de uma produção coletiva e planetária, as novas vitrines musicais aonde se pode expor o trabalho para promoção ou comercialização, e o caminho circulatório que a música faz para chegar aos *consumidores*. Esse somatório de *atualizações* acaba por promover uma mudança significativa em como *consumidores*, artistas e produtores tem-se relacionado uns com os outros e com a música em si. As reflexões sobre estas relações serão abordadas agora utilizando como base os autores Chris Anderson (2006/2009), Goffman *et* Joy (2007) e David Kusek *et* Gerd Leonhard (2005).

Em sua obra intitulada “*The Future of Music: manifesto for the digital music revolution*” (“O Futuro da Música: manifesto para a revolução da música digital”) David Kusek *et* Gerd Leonhard (2005) apresentam caminhos possíveis pelos quais a música deverá passar nos próximos anos. Os autores afirmam que as novas tecnologias colocaram os instrumentos de criação e produção musical nas mãos do povo (analogia

similar à apresentada anteriormente quando me referi ao “feudalismo musical”). Kusek *et* Leonhard (2005) apresentam o conceito de “*música líquida*”. Este conceito está baseado em uma analogia entre música e água. Os autores questionam o leitor, perguntando se, já que existe água encanada disponível para boa parte da população, por que pessoas que possuem este benefício pagam caro por uma garrafa de água Evian²⁰⁸ ? Os autores respondem ao questionamento afirmando que as pessoas que pagam por este tipo de produto estão pagando pela sofisticação e qualidade. Conforme os autores, o mesmo raciocínio pode ser aplicado para diferenciar a água da torneira de uma água gelada de boa qualidade vendida em um dia de calor em um restaurante sofisticado. Trazendo para o campo musical, o que os autores querem dizer é que no futuro, a música será como água: ela se “moldará” aos dispositivos de suporte e audição (como um líquido se “molda” a um recipiente quando é colocado nele, como uma garrafa ou copo, por exemplo). Além disso, os autores afirmam que a música será ubíqua, isto é, estará por toda a parte, fluindo através de diversos recipientes, como iPods e celulares. Estes *fonogramas líquidos* estarão permanentemente disponíveis de forma gratuita. O que será cobrado será a sofisticação. Um exemplo, pode ser uma edição *deluxe* ou um *box set*.

Chris Anderson (2006/2009) apresenta um panorama atual da economia digital, comparando o consumo tradicional com a nova maneira de *consumir*. O primeiro conceito de Anderson (2006) que me interessa é o que o autor vai chamar de “*Cauda Longa*”. A *Cauda Longa* é uma analogia para explicar o crescimento do consumo de nicho. A Amazon²⁰⁹, um dos principais sites de venda de diversos tipos de produtos (incluindo CDs e *digital releases*) é um bom exemplo ilustrativo. Focando no plano musical, o paradigma tradicional da Indústria do Disco era baseado no lucro proveniente basicamente da venda de *hits* (**G**), isto é, sucessos musicais. Nesse modelo, poucos artistas vendiam muitas cópias de alguns *hits*. Anderson (2006) aponta agora uma mudança nesse sentido: o que existe hoje são muitos artistas (sejam eles do tipo *unsigned* ou não) vendendo poucas cópias de muitas músicas disponíveis, sendo elas *hits* ou não. Nesse caso, o lucro provém da soma global de vendas, principalmente do que ele chama de *não-hits*. Nesse cenário, são vendidas muito mais cópias diversificadas

²⁰⁸ Evian é uma marca de água mineral de custo elevado, consumida principalmente por celebridades nos Estados Unidos. (nota do autor)

²⁰⁹ <<http://www.amazon.com>> acesso em 13/02/2010.

do que de um punhado de *hits*. Se um artista fora do *mainstream* contratar um *agregator*, é quase certo que ele venderá, ao menos, algumas cópias de sua obra. Voltando ao caso da música (e pensando principalmente na modalidade *digital release*), o custo de armazenagem e oferta de uma canção de um artista consagrado e de um desconhecido é o mesmo. No site da Amazon, pode-se encontrar o catálogo de *majors* e *indies*, simultaneamente. Embora os *hits* ainda existam, eles não são mais os únicos responsáveis pelo lucro de uma gravadora.

Como visto anteriormente quando me referi às lojas digitais de venda de música na internet, se comparadas ao modelo tradicional, a forma de compra também sofre alterações. Qualquer pessoa de qualquer parte do mundo que possua um cartão de crédito internacional pode passear pelo imenso catálogo *online* disponível e acessar informações sobre os produtos, ouvir *samples*, comparar o preço de venda no Japão e no Brasil, tudo isso diretamente de suas casas. Essa pesquisa pode ser feita a qualquer hora do dia, e pode se estender por minutos ou horas. Conectado, é possível, no período de uma hora, “dar uma volta” por lojas de Tóquio, Londres, Milão e Paris. No modelo tradicional (lojas físicas) isso seria impossível.

A revista Billboard Brasil apresentou em sua edição de janeiro de 2010²¹⁰, uma pesquisa referente ao consumo pago de música entre os anos de 2000 e 2009. Já havia citado essa pesquisa anteriormente. Agora, apresento alguns dados para reflexão.

²¹⁰ Revista Billboard. Edição Nº 4 (janeiro / 2010). São Paulo: Bpp, 2010.
Os gráficos apresentados foram escaneados da revista.
Segundo a Billboard, a pesquisa foi feita pela Nielsen SoundScan. (nota do autor).

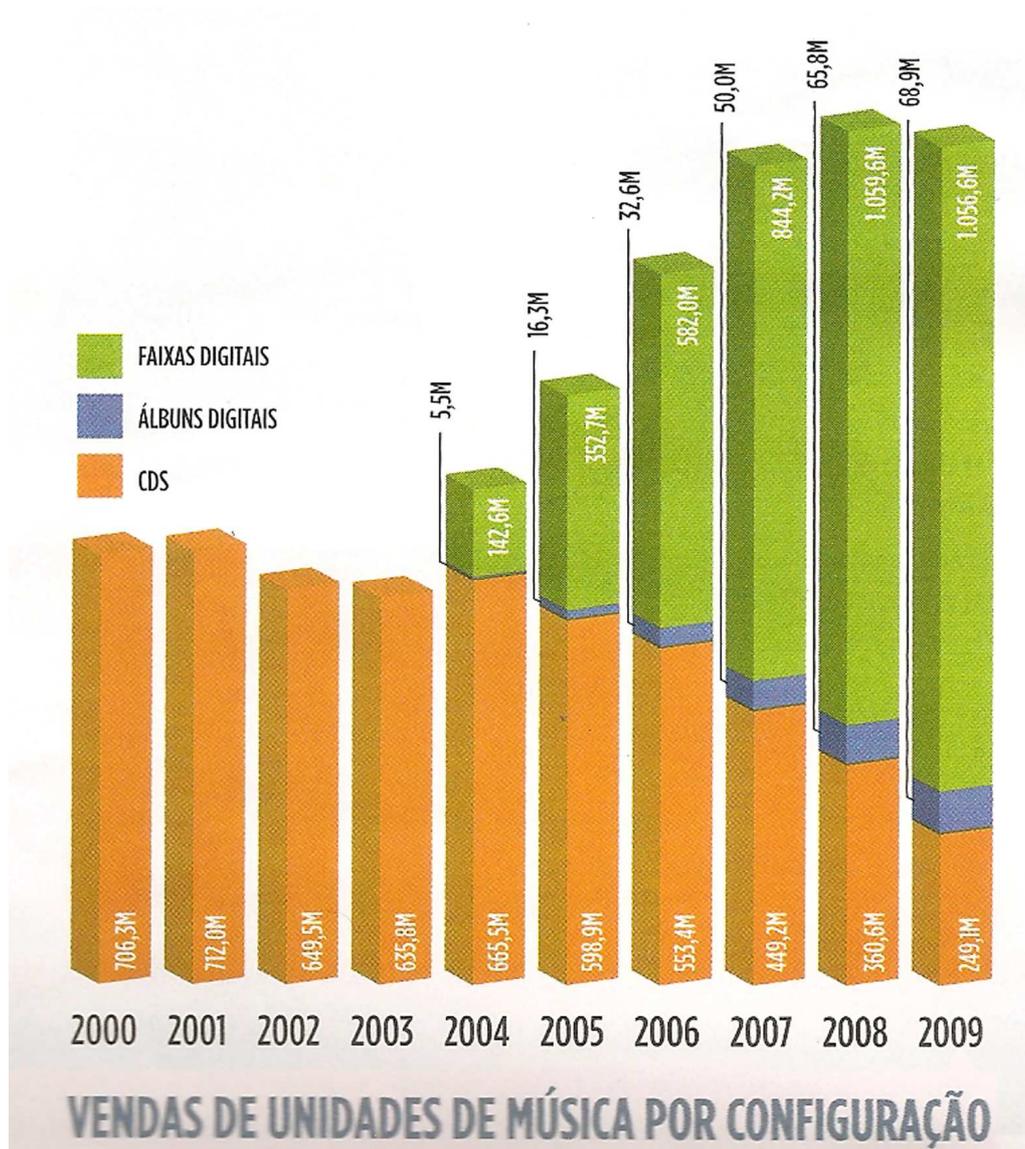


Fig. 69 – Pesquisa Billboard Brasil 2010. Reprodução.

Conforme o gráfico acima, a venda de música digital se inicia no ano de 2004. De 2004 a 2009, observa-se um aumento do número de faixas avulsas em formato digital e uma queda acentuada na venda de CDs. Os *digital releases* apresentaram crescimento. Vendeu-se mais faixas avulsas digitais do que *digital releases* e álbuns em formato CD. A pesquisa mostra um crescimento da “música digitalizada” e uma queda da “música gravada”. Na página seguinte, trago o recorte referente ao que ocorreu em relação à venda de *hit* álbuns (álbuns de sucesso que vendem muitas cópias).

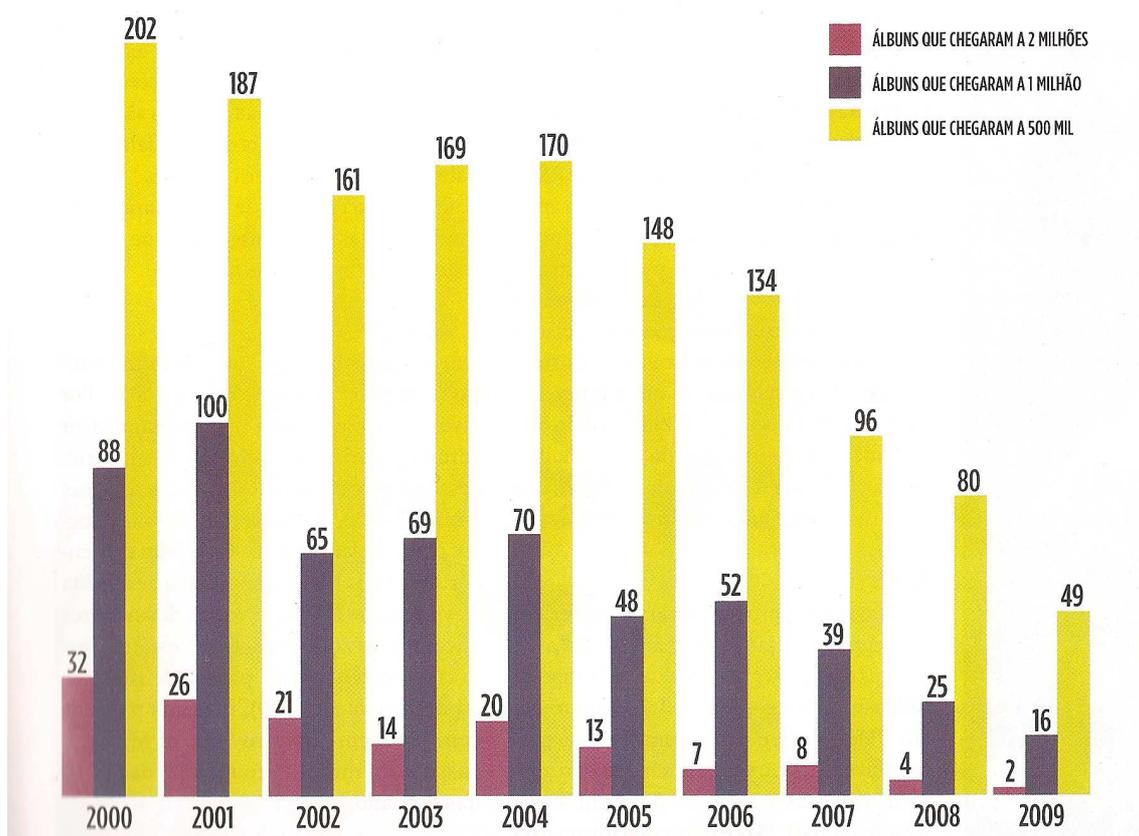


Fig. 70 – Pesquisa Billboard Brasil 2010. Reprodução.

Para seguir a linha de raciocínio anterior, vou observar o que o gráfico mostra entre os anos de 2004 e 2009. Em 2004, 20 álbuns venderam 2 milhões de cópias. Já em 2009, este número caiu para 2. Nos outros casos analisados, constata-se igualmente queda nas vendas. O gráfico demonstra que a venda de *hits*, como apontou Anderson (2006) está realmente em queda.

Vou analisar outro dado de pesquisa: segundo pesquisa publicada em dezembro de 2009 realizada pela empresa Ipsos Mori ²¹¹, em 2004 as vendas de música digital no mundo correspondiam a 2% do total de vendas relacionadas ao faturamento global do mercado musical. Em 2008, este percentual já representava 20%. Na Coreia do Sul, o percentual de venda digital em 2008 representava 60% do todo. A pesquisa aponta, também, que se o crescimento de vendas digitais continuar nessa velocidade, em 2016 as vendas digitais deverão se equiparar igualmente às vendas físicas. Por outro lado,

²¹¹ Disponível em <http://www.ipsos-mori.com/researchpublications/publications/publication.aspx?oItemId=1325> acesso em 13/02/2010.

estima-se que em 2008, 40 bilhões de *fonogramas* foram compartilhados de forma ilegal. Isso significa que 95% do que foi baixado corresponde a material ilegal. Ainda conforme a pesquisa, muitos artistas estão propositalmente oferecendo *singles* ou *digital releases* de forma gratuita, na esperança de que sejam compartilhados em grande escala, contribuindo, desse modo, para a construção de marca artística (imagem mítica e popularidade). Com a valorização da marca, estes artistas tem mais chances de obter em renda através de apresentações ao vivo e venda de material promocional.



Fig. 71 – Nokia: expansão de negócios e aposta na venda de *fonogramas* digitais. Reprodução.

A imagem acima (extraída do relatório de pesquisa da Ipsos) mostra mais uma *atualização*. Conforme a pesquisa, a Nokia (empresa finlandesa de telecomunicações) recentemente lançou sua própria loja de venda de música digital, sendo que os *fonogramas* são adquiridos diretamente através do celular.

Sobre o futuro da música nos próximos anos, a pesquisa aponta que a venda de CDs e *digital releases* coexistirá. Paralelo a isso, como a “*música líquida*” é uma “*música móvel*” e ubíqua, serviços de *stream* legalizado devem apresentar crescimento. Estes serviços poderão funcionar da mesma forma como hoje funcionam as TVs a cabo, ou seja, através da cobrança de uma assinatura mensal que possibilita o acesso à

discoteca virtual para audição em tempo real, sem a necessidade de armazenamento. A publicidade também poderá auxiliar nesse sentido, sendo inserida durante o acesso.

Um exemplo nacional pode ser apontado: a gravadora Trama possui um portal intitulado “Trama Virtual”²¹². Ela lançou recentemente o que chamou de “*download remunerado*”²¹³. Artistas do tipo *unsigned* poderiam hospedar gratuitamente suas músicas e oferece-las para *download* igualmente gratuito. Para cada *download* realizado, a Trama pagaria uma taxa fixa ao artista, sendo esta receita proveniente de publicidade. O espaço publicitário existente no portal foi comercializada pela própria Trama e o apelo aos artistas tem tom de cooperativa (traço já apontado neste estudo quando analisei o Movimento *Punk*).

O último dado apresentado pela pesquisa derruba um mito explorado de forma recorrente pela mídia: embora, como comprovam as pesquisas apresentadas anteriormente, a venda de CDs tenha apresentado uma queda substancial, os *consumidores* mais propensos a pagarem por material legalizado são justamente aqueles que mais *consomem* material ilegal. A vantagem de se *consumir* um *digital release* legalizado é a certeza de que o arquivo de áudio será entregue em perfeitas condições e livre de vírus.

Sobre a estratégia apresentada pela pesquisa segundo a qual os artistas devem estar prontos para oferecerem material de forma gratuita visando não uma venda imediata, mas sim uma venda futura, parece-me que este pensamento está em sintonia com o apresentado por Anderson (2009) em sua obra: “As pessoas que compreenderem o novo Grátis dominarão os mercados de amanhã e abalarão os mercados de hoje.” (ANDERSON, 2009, p.5) Trata-se, pois, de criar novas estratégias de sedução digital, oferecendo benefícios gratuitos calcados em estratégias de marketing e comunicação previamente planejadas. Talvez por não entenderem esse novo paradigma, as *majors* estejam enfrentando o pior momento de sua história.

²¹² <<http://www.tramavirtual.com.br>> acesso em 12/02/2010

²¹³ <http://tramavirtual.uol.com.br/download_remunerado.jsp> acesso em 13/02/2010

Outros dois dados de pesquisa são úteis para reflexão. A edição norte-americana da revista Billboard publicou em sua edição de abril de 2009 uma pesquisa ²¹⁴ realizada pela empresa NPD Group que aponta uma queda no que se refere à *downloads* digitais (legalizados, ilegais e compartilhados por intermédio de conexões P2P) e aumento das audições realizadas de forma gratuita via *stream (audio on demand)*. Uma das razões para a queda de compartilhamento através de conexões P2P pode ser reflexo do resultado apresentado por outra pesquisa. A empresa Ipoque publicou uma pesquisa ²¹⁵ feita entre 2008 e 2009 que aponta o crescimento de serviços de hospedagem gratuita de arquivos (como o Rapidshare). Cruzando os dados das duas pesquisas, pode-se inferir que os *consumidores* estão procurando o material sonoro disponível em sistemas de hospedagem como Rapidshare e Megaupload, pois os mesmos não exigem cadastro (caso das redes P2P) nem a obrigatoriedade de compartilhamento exigida nos sistemas P2P (o que assusta muitos *consumidores*). Este tipo de hospedagem é comumente adotado por *blogs* (como o citado anteriormente “Nau Pyrata”) que oferecem conteúdo ilegal. Assim, o acesso aos *fonogramas* se torna mais rápido e fácil e, embora possa-se rastrear os passos digitais, mais seguro de certo modo. O “sucesso” do *stream* em relação a outras fontes pode ser explicado pelo aumento da capacidade de transmissão de dados via banda larga e conexões móveis como 3G, o que torna o áudio “sempre disponível”, sendo acessado no momento em que se deseja ouvir o material, sem a necessidade de o ouvinte armazenar arquivos digitais.

O que apresentei até aqui ajuda a compreender o processo da produção musical como um processo encadeado e influenciado por acontecimentos culturais, políticos e econômicos. Muitos “futurólogos” procurar achar “O” caminho. Na verdade, existem inúmeros caminhos que ainda estão sendo avaliados e testados, seja pelo mercado, seja pela academia. Goffman *et Joy* (2007) auxiliam nessa reflexão: “Talvez a única coisa que faça ‘a época’ (sempre?) parecer tão mais complicada que períodos anteriores seja o fato de que estamos nela”. (Goffman *et Joy*, 2007, p. 363 – grifos do autor).

²¹⁴ Fonte:

<http://www.billboard.biz/bbbiz/content_display/industry/e3i3d34378f2d844a00f09749985e6d73eb>
acesso em 15/02/2010.

²¹⁵ Fonte: <http://www.ipoque.com/resources/internet-studies/internet-study-2008_2009>
acesso em 15/02/2010.

Finalizando este sub-capítulo pode-se observar que o jogo de sedução entre artistas, produtores, gravadoras, *selos* e *consumidores* encontra agora um novo espaço para sua atuação: a ubiquidade e mobilidade digital. Mais do que nunca, o fã desempenha um papel fundamental para alavancar a carreira de um artista. Este será o meu último recorte, o qual abordarei no próximo sub-capítulo.

5. TRANSMÚSICA: “NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS” PARA MÚSICA EM MOVIMENTO

tags: narrativa transmidiática, tesarac, interfaces

Embora Debord (2000) tenha apontado que se todos são atores não existe espetáculo, apontarei a seguir que nem sempre isso é ruim. Vou retomar alguns conceitos já vistos sobre novas perspectivas e encontrar um aliado do produtor musical: o fã. Os autores base serão André Lemos (2004), David Lewis (2001), Henry Jenkins (2008), Lúcia Santaella (2007), Marc Hansen (2006), Marc Prensky (2001a/2001b), Nicholas Negroponte (1995) e Pierre Lévy (1994).

5.1 “TESARAC” À VISTA

Conforme explanei até aqui, os dias atuais parecem apresentar questões complexas e de difícil decifração, principalmente por estarmos vivendo nela, o que nos impede de termos um distanciamento necessário para reflexão. Conforme Lewis (2001), o poeta Shel Silverstein cunhou o termo “TESARAC”. Este termo serve para descrever aqueles períodos conturbados da história em que mudanças culturais e sociais inquietantes ocorrem. Durante um “TESARAC” a sociedade se torna caótica e confusa, procurando re-estabelecer a ordem. Nestes períodos, os problemas parecem insolúveis. O *status quo* parece desabar e o futuro é incerto. Conforme o exposto, pode-se entender que o mercado musical passa por um processo social semelhante a um terremoto. As diversas camadas produtivas estão em busca de um equilíbrio, de uma re-acomodação que para muitos ainda parece “sem saída” e longe de seu fim. No entanto, apontarei no decorrer desse sub-capítulo que alguns artistas já estão em busca de novos modelos de

negócio para voltar a seduzir o ouvinte contemporâneo. Afinal, o que está em crise é justamente o modelo de negócio e não a música em si.

Vivemos na chamada “Era Digital”. Nesta Era, tudo é digitalizado. A digitalização provocou mudanças significativas em diversos planos da sociedade. Uma foto, um texto, uma música, um vídeo, tudo é passível de digitalização. Como disse antes, digitalizar (**G**) significa converter informação de qualquer tipo em código/linguagem binário (sequência lógica de zeros e uns). Nicholas Negroponte (1995) explorou a questão da digitalização em sua obra “A Vida Digital”. Lá, ele já apontava mudanças quando dizia, por exemplo, que “A informática não tem mais nada a ver com computadores. Tem a ver com a vida das pessoas.” (NEGROPONTE, 1995, p. 12) A ligação entre os homens e os computadores ocorre por meio de interfaces. O que são elas? É o que abordarei agora.

5.2 INTERFACES

Além da digitalização, a revolução das interfaces gráficas, cada vez mais amistosas e divertidas, contribuiu para que o público tivesse acesso ao material musical, e, conforme já exposto, em função do algoritmo de compressão MP3, da explosão das redes sociais e sistemas de P2P para troca de arquivos e informações. Nesta última etapa do meu estudo, vou conceituar um dos elementos catalisadores da revolução digital: a interface. Vou explicar sobre como a interface faz a mediação entre as pessoas, a música e os computadores e qual a diferença entre interface e interface gráfica. Para Pierre Lévy

[...] a noção de interface remete a operações de tradução, de estabelecimento de contato entre meios heterogêneos. [...] A interface mantém juntas as duas dimensões do devir: o movimento e a metamorfose. É a operadora da passagem. [...] Cada nova interface transforma a eficácia e a significação das interfaces precedentes. É sempre questão de conexões, de reinterpretações, de traduções em um mundo coagulado, misturado, cosmopolita, opaco, onde nenhum efeito, nenhuma mensagem pode propagar-se magicamente nas trajetórias lisas da inércia, mas deve, pelo contrário, passar pelas torções, transmutações e reescritas das interfaces. [...] A interface efetua essencialmente operações de transcodificação e de administração dos fluxos de informação. [...] Uma interface homem/máquina designa o conjunto de programas e aparelhos materiais que permitem a comunicação entre um sistema informático e seus usuários humanos. (LÉVY, 1994, p. 176)

Uma vez definido o conceito base de interface, passo ao conceito de interface gráfica apresentada por André Lemos:

A interface gráfica é a arena onde tanto humanos como computadores desenvolvem tarefas num contexto de ação com papéis definidos. Esta interface teatral, importante para compreendermos a conexão que caracteriza o conjunto da cibercultura, expressa-se pela sigla WYSIWYG (*what you see is what you get*), ou a interface que conhecemos hoje como Windows, por exemplo. Dessa forma, a interação por interfaces gráficas é uma forma de empreender ações e *'ter aquilo que se vê'*. A ação se dá na representação, quer dizer, na possibilidade de participação de agentes. (LEMOS, 2004, p. 111 – grifos do autor)

Definidos os conceitos de interface, vou retomar o conceito de rede social (anteriormente apresentado) partindo de outros autores.

5.3 “DIGITAL NATIVES”

Lúcia Santaella (2007) conceitua de forma simples e direta o que pode-se entender por rede social. Para a autora, “Rede social [...] quer dizer que cada indivíduo de um coletivo inteligente é um nó que tem laços sociais (canais de comunicação e vínculos sociais) com outros indivíduos”. (SANTAELLA, 2007, p. 187) Lévy complementa ao afirmar analogamente essa idéia dos nós quando diz que “O computador, ou ainda, o arranjo composto pelo papel, o lápis e o alfabeto formam micromódulos relativamente coerentes que vêm juntar-se, como nós suplementares, a numerosos outros nós semi-independentes de uma rede cognitiva ao mesmo tempo pessoal e transpessoal.” (LÉVY, 1994, p. 172). Um dos caminhos possíveis para se mover adequadamente na “Era Digital” passa pela compreensão da relação entre estes nós citados por Santaella (2007) e Lévy (1994) e como eles se articulam para produzir sentido. Lévy afirma que “conhecemos muito pouco a forma pela qual são realmente trocadas informações no interior dos grupos, porque idéias de pessoas diferentes podem combinar-se de maneira eficaz e criativa ou, pelo contrário, bloquearem-se mutuamente.” (LÉVY, 1999, p. 64) Um caminho que pode auxiliar a elucidar essa

questão refere-se à correta compreensão de quem são esses novos agentes sociais que compõe esse emaranhado de nós. Buscando essa resposta, recorro ao autor Marc Prensky (2001a) que classifica a nova geração como a chamada geração dos “*Nativos Digitais*”. Prensky (2001a) propõe uma divisão em três níveis: os *Nativos Digitais* (*digital natives*) correspondem às pessoas que já nascem “conectadas” à internet. Para estas pessoas, a noção de *online* / *offline* inexistente. Se imaginarmos uma pessoa que nasceu na década de 1970 em uma grande cidade, esta pessoa irá considerar a energia elétrica como algo “natural” que faz parte da sua vida desde o nascimento. De um modo geral, quem nasceu a partir da década de 1990 tem a mesma visão no que diz respeito à digitalização e à internet. Estes são os *Nativos Digitais*. A outra extremidade da categorização proposta por Prensky (2001a) diz respeito aos “*Imigrantes Digitais*” (*digital immigrants*). Ao contrário dos *Nativos*, os *Imigrantes Digitais* não nasceram “conectados”, mas adaptaram-se de tal modo que passaram a assimilar a digitalidade e as conexões cibernéticas em rede em suas vidas. O autor propõe, ainda, uma terceira categorização chamada de “*Turistas Digitais*” (*digital tourists*). Estes podem ser compreendidos como aqueles que eventualmente fazem uso das tecnologias digitais (por exemplo, uma avó que eventualmente envia um e-mail ou acessa à internet).

Para os *Nativos Digitais*, todo o aparato tecnológico de que dispomos atualmente é tão comum e “invisível” como a energia elétrica, os automóveis ou o telefone fixo. Negroponte (1995) já sinalizava esse traço ao dizer que “O CD-ROM é um livro eletrônico; a America Online, um veículo de socialização. Para as crianças, ambos são coisas naturais, assim como não pensamos no ar que respiramos.” (NEGROPONTE, 1995, p. 12) Uma das explicações naturais para esta percepção que os *jovens digitais* tem do mundo em que vivem se deve ao fato de que a dicotomia *online/offline* parece estar *offline*, ou seja, essa discussão já não se faz mais necessária. Segundo Santaella,

Quando se sabe da existência dos celulares de padrão *e-mode*, conectados continuamente à internet, para cujos usuários não faz sentido a expressão ‘entrar na internet’, pois ela está sempre lá, na palma da mão, quando já estão começando a se fazer sentir os efeitos que se anunciam da computação ubíqua, vestível e pervasiva, quando já se fala em televisão móvel, a palavra ‘hipermobilidade’ está longe de ser uma hipérbole. (SANTAELLA, 2007, p. 187 – grifos da autora)

Os limites entre estar/não-estar conectado apresentam-se cada vez mais rarefeitos. Trata-se, pois, do conceito de “*realidade misturada*” (*mixed reality*). Para Mark Hansen (2006), pode-se entender o conceito de *mixed reality* como “a fusão do meio virtual com o meio físico” (HANSEN, 2006, p. 8). O autor ainda afirma que “toda a realidade atual é misturada.” (HANSEN, 2006, p. 5) É este o cenário habitado pelos *Nativos Digitais*. Prensky (2001b) segue apresentando dados relevantes ²¹⁶ :

Nossas crianças de hoje se socializam de uma maneira diferente de seus pais: 10.000 horas jogando *video game*, mais de 200.000 mensagens de e-mail e mensagens instantâneas enviadas e recebidas; mais de 10.000 horas de conversa via telefones celulares; mais de 20.000 horas assistindo TV, mais de 50.000 comerciais eletrônicos assistidos; 5.000 horas de leitura de livros. Assim se comportam os *Digital Natives*. (PRENSKY, 2001b, p. 1 – grifos nossos)

Voltando o olhar para a realidade brasileira, em 2008 a MTV Brasil publicou um dossiê que traça o perfil dos jovens brasileiros. Cabe aqui trazer alguns recortes desse estudo que vem de encontro aos conceitos de *Digital Native* apresentados anteriormente. Lendo este material, o incremento ao acesso à internet fica evidente se observarmos que “De 2005 para 2008, o índice de jovens que acessa a internet cresceu de 66% para 86%. Esse crescimento está fortemente relacionado à maior oferta de locais gratuitos e pagos para acessar a internet. 55% dos jovens costumam acessar a internet fora de casa.” (DOSSIE MTV, 2008, p. 10) Outro dado apresentado na pesquisa (DOSSIE MTV, 2008) informa que 100% dos entrevistados escutam música, sendo que *players* portáteis e a internet são utilizados como fonte de audição por mais de 70% do universo pesquisado.

Os jovens se movem. Movem-se frenética e constantemente. Portanto, a questão da mobilidade também não pode ser deixada de fora do meu estudo. Ela é parte vital dessa nova geração. Conforme Santaella,

[...] a conexão por computadores de mesa apresenta, no seu sentido físico, uma interface estática, pois implica que o usuário esteja parado diante do computador para poder entrar na internet. Essas interfaces se transformam em interfaces móveis quando a mobilidade se torna parte integrante do processo. (SANTAELLA, 2007, p. 186)

²¹⁶ Os textos utilizados em idioma estrangeiro neste sub-capítulo foram traduzidos livremente por mim. (nota do autor)

A autora segue sua linha de raciocínio:

[...] nesta era de comunicação móvel, todos testemunhamos o desaparecimento progressivo dos obstáculos materiais que até agora bloqueavam os fluxos de signos e das trocas de informação. Cada vez menos a comunicação está confinada a lugares fixos, e os novos modos de telecomunicação têm produzido transmutações na estrutura da nossa concepção cotidiana do tempo, do espaço, dos modos de viver, aprender, agir, engajar-se, sentir, reviravoltas na nossa afetividade, sensualidade, nas crenças que acalentamos e nas emoções que nos assomam. (SANTAELLA, 2007, p. 25)

O acesso permanente à rede, catalisado pelas tecnologias de acesso remoto sem fio proporcionaram o corte do “cordão umbilical” que nos prendia a uma tomada e a uma conexão de rede por fio. Os aparelhos de telefone celular deixam de ser meros aparelhos de telefone e se transformam em janelas permanentes de contato:

[...] os celulares de terceira geração (3G), também chamados de UMTS (*Universal Mobile Telecommunication System*) incluem acesso à internet banda larga, à transmissão e recepção de mensagens de texto (SMS), às mensagens multimídia (MMS), às câmeras digitais e aos sistemas de posicionamento. (SANTAELLA, 2007, p. 185)

Nesse contexto, Santaella (2007) ajuda a estabelecer uma profunda relação entre o que ela chama de “*hipermobilidade*” e o conceito já apresentado sobre *Nativos Digitais*. Os *nativos* estão em constante movimento, vivem essa *hipermobilidade* o tempo todo:

Hipermobilidade porque à mobilidade física do cosmopolitismo crescente foi acrescida a mobilidade virtual das redes. Com os aparelhos móveis, ambas as mobilidades se entrelaçaram, interconcentraram-se, tornaram-se mais agudas pelas ações de uma sobre a outra. (SANTAELLA, 2007, p. 187)

O estudo da MTV (2008) apresenta dados claros sobre o papel das redes moveis na vida dessa jovem e emergente geração: “A penetração de celulares entre nossos jovens é de 74%; na faixa mais nova (12 a 14 anos), já é de 56%; e, entre os jovens da classe A, chega a 92%.” (DOSSIE MTV, 2008, p. 10). O estudo segue afirmando que:

Hoje o jovem usa, em média, 4,7 funções no seu aparelho: ligações e SMS /texto, 87% (79% em 2005); tirar e enviar fotos, 59% (6% em 2005); ouvir música, 57%; games, 39%; baixar músicas, 37%; acessar a internet, 20% (15% em 2005); mandar e-mails, 18%; e baixar ringtones, 16%. (DOSSIE MTV, 2008, p. 10)

A universidade de Berkeley também realizou um estudo recente (2008) intitulado “*Living and learning with new media: summary of findings from the digital youth project*” (traduzindo livremente, “Vivendo e aprendendo com a nova mídia: o projeto da juventude digital”). Abaixo, apresento um recorte ilustrativo desse estudo:

Os espaços *online* possibilitam novos caminhos de conexão entre os jovens. Muitos deles utilizam a tecnologia para expandir seus relacionamentos no ambiente familiar, escolar, religioso, esportivo e em diversos outros campos. Eles podem estar permanentemente conectados com seus amigos através da troca de mensagens de texto, comunicadores instantâneos, telefones celulares e conexões de internet, o que representa uma presença contínua. (Berkeley, 2008, p. 5 – grifos nossos)

Observa-se no recorte acima o traço anteriormente mencionado sobre a conexão permanente “invisível”, ou seja, estar sempre conectado (“*always on*”). Hansen (2006) completa a idéia dizendo que a *realidade mixada* faz parte da experiência de vida de toda a geração digital conectada de forma ubíqua.

5.4 “NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS” PARA A JUVENTUDE

A questão que mais inquieta o mercado musical atualmente é: Como re-seduzir este consumidor e fazer com que ele – que está sempre conectado, dispõe de uma gama infindável de opções que podem ser acessadas tanto pelo celular quanto pelo computador pessoal (em casa, na escola ou no trabalho) – volte a gerar renda para os artistas? Lemos (2004) sinaliza uma certa crise criativa pela qual passam as artes. Diz ele que “Já que os artistas não têm nada mais a inventar, a única possibilidade está nas combinações múltiplas, nas colagens, nos *happenings* e nas performances.” (LE MOS,

2004, p. 66 – grifo do autor) Porém, Negroponte (1995) já apontava que “[...] nossa sede por novos tipos de entretenimento é aparentemente insaciável.” (NEGROPONTE, 1995, p. 83) Henry Jenkins (2008) apresenta um caminho viável em sua obra “Cultura da Convergência” (2008). Partindo da análise do filme “Matrix” (1999), o autor afirma que “Matrix é entretenimento para a era da convergência, integrando múltiplos textos para criar uma narrativa tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia.” (JENKINS, 2008, p.134) Para essa narrativa mais sofisticada, o autor propõe chamá-la de “*narrativa transmidiática*”:

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que a história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2008, p. 135)

Neste momento é possível estabelecer-se um elo entre este pensamento de Jenkins (2008) e os apontamentos de Negroponte (1995). Segundo Negroponte “Os bits são os mesmos, mas a experiência de leitura é diferente.” (NEGROPONTE, 1995, p. 25) Não só isso, como as músicas, fotos, textos e imagens em movimento são consumidas “[...] de diferentes formas, por diferentes pessoas e em diferentes momentos.” (NEGROPONTE, 1995, p. 25) Para que o mecanismo transmidiático funcione de forma eficaz, as peças desse quebra-cabeça narrativo devem ser complementares e independentes. Jenkins lembra que

Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. (Jenkins, 2008, p. 135)

É interessante observar-se que o conceito de *narrativa transmidiática* proposto por Jenkins (2008) possui forte ligação com as idéias defendidas por Lévy (1994) no que se refere à *inteligência coletiva*:

Não é mais cada um na sua vez ou um depois do outro, mas sim uma espécie de lenta escrita coletiva, dessincronizada, desdramatizada, expandida, como se crescesse por conta própria seguindo uma infinidade de linhas paralelas, e portanto sempre disponível, ordenada e objetivada [...] (LÉVY, 1994, p. 67)

Jenkins complementa afirmando que “Os espectadores aproveitam ainda mais a experiência quando comparam observações e compartilham recursos do que quando tentam seguir sozinhos.” (JENKINS, 2008, p. 135) Para que uma *narrativa transmidiática* tenha sucesso, deve-se superar o horizonte de expectativas do público: “A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor.” (JENKINS, 2008, p. 135) Aqui entro em um ponto chave da “Era Digital”: o conceito de *fan made (G)* ou fã como co-produtor da obra. Esta pode ser uma das saídas saudáveis para resolver parte dos problemas criativos anteriormente levantados por Lemos (2004). Segundo o *blog “Online Fandom”*²¹⁷, enquanto a Indústria do Disco segue míope e aprisionada pelo paradigma estabelecido na década de 1950, muitos artistas estão incentivando os fãs a participarem da construção de suas obras, produzindo vídeos e *remixes*. (*Online Fandom*, 2009, p.1 – *online*) Jenkins (2008) comenta sobre o fã produtor:

Artistas populares – trabalhando nas lacunas deixadas pela indústria da mídia – perceberam que podem surfar nessa nova onda do mercado e produzir trabalhos mais ambiciosos e desafiadores. Ao mesmo tempo, esses artistas estão construindo uma relação mais cooperativa com os consumidores; trabalhando juntos, membros do público conseguem processar mais informações sobre a história do que se imaginava. Para atingir seus objetivos, esses narradores estão desenvolvendo um modelo de autoria mais cooperativo, co-criando conteúdos com artistas com visões e experiências diferentes, numa época em que poucos artistas ficam igualmente à vontade em todas as mídias. (Jenkins, 2008, p. 136)

Lévy (1994) também nota o caráter nato de co-produção latente nos fãs, principalmente porque desse modo, todo o processo de sedução artista-público se torna mais divertido e humanizado: “Os atores dessa rede não param de traduzir, de repetir, de cortar, de flexionar em todos os sentidos aquilo que recebem de outros. Pequenas chamas evanescentes de subjetividade unitária correm na rede como fogos fátuos no matagal das

²¹⁷ <<http://www.onlinefandom.com>> acesso em 15/03/2009.

multiplicidades.” (LÉVY, 1994, p. 173) Assim, todos trabalham conjuntamente para produção do sentido. Jenkins (2006) levanta três pontos importantes para a cultura participativa: interfaces amistosas que catalisam o processo produtivo; a cultura do “Faça Você Mesmo” (*DIY*); e as relações horizontais entre os atores sociais (artistas e público).

O computador (seja ele um *desktop*, *notebook* ou *smartphone*, que deve ser entendido como janela) e seus diversos *softwares* (e vou entendê-los como interfaces entre o público, as máquinas e os artistas) transformam a construção do sentido em um jogo divertido, participativo e instigante. Parece-me que as previsões apresentadas por Negroponte (1995) no já distante ano de 1995 estavam corretas. No que tange às interfaces, ele afirmava que “[...] cada vez mais as ferramentas de trabalho serão idênticas aos brinquedos.” (NEGROPONTE, 1995, p. 209) Este conceito parece apropriado refletindo sobre a expansão da utilização do computador como instrumento de criação musical (como apresentei anteriormente). É inclusive comum ouvir-se “*Como anda o novo brinquedo?*” quando alguém pergunta acerca da aquisição de um novo *hardware* ou *software*. Como Lévy coloca,

Pensar é um devir coletivo no qual misturam-se homens e coisas. Pois os artefatos têm o seu papel nos coletivos pensantes. Da caneta ao aeroporto, das ideografias à televisão, dos computadores aos complexos de equipamentos urbanos, o sistema instável e pululante das coisas participa integralmente da inteligência dos grupos. (LÉVY, 1994, p. 169)

Pensar de forma analógica significa pensar no paradigma UM-TODOS. Pensar de modo digital significa *atualizar* o pensamento e transpô-lo para o modelo TODOS-TODOS. O fã (que anteriormente apresentava um caráter mais contemplativo) assume o papel de co-produtor ativo. Trata-se, pois, de unir nas diferenças para criar um todo mais rico. Nesse contexto, pode-se pensar a *narrativa transmidiática* e as relações horizontais como “saídas de emergência” (no sentido de “socorro” para superar a crise de interesse do público em adquirir material pago e do “emergente” campo que se abre) para trazer o consumidor novamente para perto do artista:

A lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente – isto é, uma indústria onde uma única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores midiáticos – dita o fluxo de conteúdos pelas mídias. Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes. Filmes e televisão provavelmente têm os públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos. Uma boa franquia transmidiática trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar as diferentes clientelas – e se cada obra oferecer experiências novas –, é possível contar com um mercado de intersecção que irá expandir o potencial de toda a franquia. (JENKINS, 2008, p. 135-136)

Neste novo universo de possibilidades, cada computador se converte em emissora e estúdio produtor, além de ponto de venda. Diante dessa nova realidade, o termo “recepção” se mostra, sob certo aspecto, equivocado. O correto hoje é “interpretação”, uma vez que o público constrói e não simplesmente recebe passivamente (ainda que em determinados casos do passado, ele tenha se envolvido de forma mais direta com a obra do artista, como no caso dos *fanzines*, por exemplo). Nesse cenário, os “interpretantes digitais” possuem diversas interfaces de entrada (*inputs*) e saída (*outputs*). Como afirma Prensky, “os cérebros dos *Nativos Digitais* são fisicamente diferentes em função dos estímulos digitais que eles recebem durante o seu desenvolvimento intelectual” (Prensky, 2001b, p. 1 – grifos nossos) O computador conectado deixa de ser um computador isolado e passa a ser uma janela de possibilidades pela qual se pode ver e ser visto. O conteúdo não precisa mais ficar preso ao enquadramento do meio, pois os meios são rarefeitos. As diversas interfaces amistosas permitem re-significar textos, sons, fotos e imagens em movimento. Tudo e todos se movem, hoje mais do que nunca. Portanto, quando falo em “Transmúsica: narrativas transmidiáticas para música em movimento” estou me referindo à aplicação da *narrativa transmidiática* na música como técnica eficaz de construção coletiva e geração de renda para o artista. Neste caso específico, a “*narrativa transmidiática* musical” é uma narrativa elaborada pela inteligência coletiva que é compreendida pelos *Nativos Digitais* que vivem em uma *realidade misturada* utilizando as interfaces WYSIWYG como mecanismo de re-significação do sentido. As formas de converter essa narrativa em renda são inúmeras. Nesse cenário, não existem formulas únicas. Porém, vou apresentar alguns recortes que ilustram o exposto. A seguir mostrarei, através de dez recortes ilustrativos, alguns exemplos diretamente ligados à *narrativa transmidiática* e outros que utilizaram estratégias diferenciadas de promoção e comunicação para alavancar a carreira musical de artistas do Brasil e do mundo.

5.5 APLICAÇÕES PRÁTICAS DE CASES DE “NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS”²¹⁸

1. Banda Dream Theater (obra aberta aos fãs)

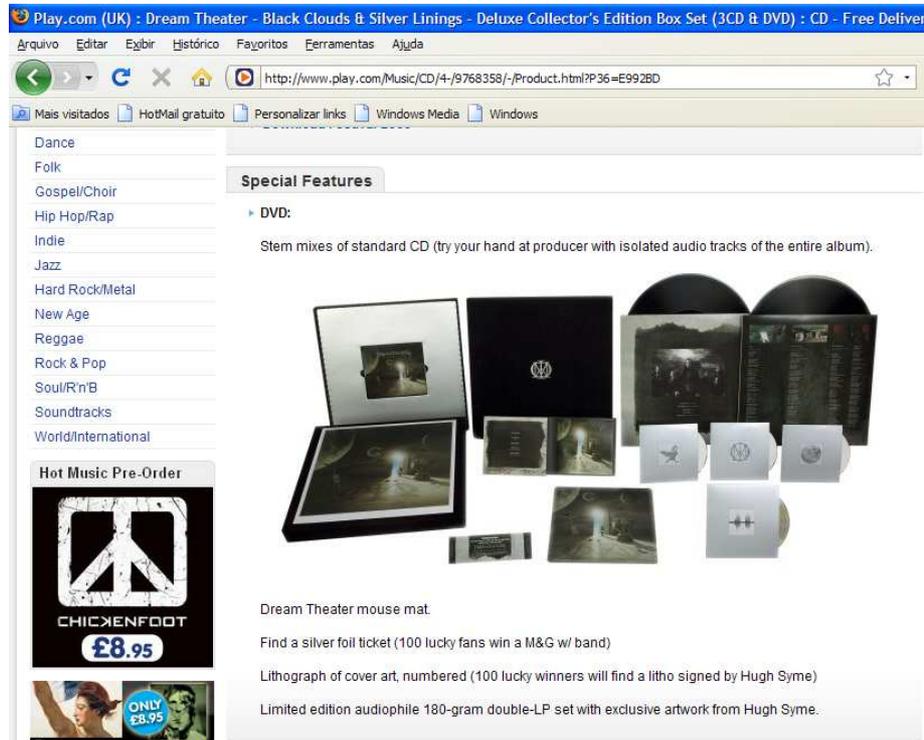


Fig. 72 – Printscreen: Box Set do Dream Theater permite remixagem.

Recentemente fãs da banda norte-americana Dream Theater²¹⁹ pagaram para terem seus nomes incluídos no encarte de um álbum. Indo para uma ação mais sofisticada, o mesmo Dream Theater lançou seu álbum de 2009 em diversos formatos. Em um deles, o ouvinte dispunha de um DVD com as canções em *mix aberta* (aquela na qual os diferentes elementos musicais como baixo, guitarra, teclados, voz e bateria podem ser acessados de forma individual em arquivos de WAV, AIFF ou MP3) para que os fãs pudessem *remixar* (reorganizar os elementos musicais) da maneira que quisessem, tornando-se efetivamente co-produtores da obra.

²¹⁸ Embora sejam apresentadas as datas de acesso às fontes do item 5.5, os processos descritos nestes recortes foram minuciosamente analisados por mim durante o período de 2008 e 2009. (nota do autor)

²¹⁹ <<http://www.dreamtheater.net>> acesso em 22/06/2009 – *printscreen* capturado durante o acesso.

2. Cantor Ritchie (utilização do Twitter)



Fig. 73 – *Printscreen* Ritchie: Integração entre os sites de rede social. ²²⁰

O cantor e compositor inglês (radicado no Brasil) Ritchie lançou um novo DVD em 2009. Boa parte do processo produtivo de *mixagem* e finalização da referida obra pode ser acompanhada pelo público através do serviço de *microblogging* Twitter. Em sua página no Twitter ²²¹, Ritchie descreveu minuciosamente os passos construtivos de sua obra. O público acompanhou e opinou, inclusive na escolha do repertório que integraria o DVD. A imagem acima também mostra que o cantor utiliza de forma *transmidiática* sites de rede social integrados (no caso, Myspace, ReverbNation e Facebook) além do próprio Twitter e de seu site pessoal.

²²⁰ <www.twitter.com/ritchieguy> acesso em 13/08/2009. *Printscreen* capturado durante o acesso.

²²¹ <www.twitter.com/ritchieguy> acesso em 26/06/2009

3. Cantor Leoni (*posts* direto do telefone celular)



Fig. 74 – *Printscreen* Leoni: utilização do telefone celular para compartilhar o camarim com os fãs.

O cantor brasileiro Leoni utiliza o telefone celular – que possui câmera fotográfica digital integrada e acesso 3G – para postar (em tempo real) fotos que permitem que seus fãs compartilhem momentos antigamente restritos a poucos, como “estar com ele” nos camarins antes de uma apresentação, ou mostrar uma visão do palco antes do início de um show sob o ponto de vista do artista. As fotos e mensagens de texto são postadas pelo próprio artista, diretamente do celular para o Twitter.

²²² <www.twitter.com/Leoni_a_jato> acesso em 30/07/2009. *Printscreen* capturado durante o acesso.

4. Banda It's All Red (sessões de gravação no You Tube)

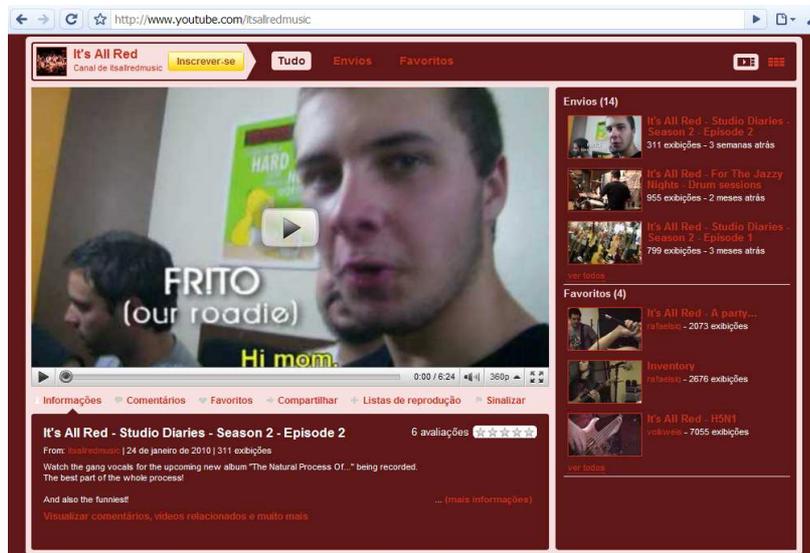


Fig. 75 – *Printscreen* banda It's All Red: *reality show* no You Tube.

A banda brasileira It's All Red criou uma “novela” estilo *reality show* no portal de vídeos You Tube. Através de seu canal ²²³, postaram diversos capítulos seriados que mostram as sessões de gravação de seu álbum produzido em 2009. Assim, o público pode acompanhar a gravação e elaboração do material. Este tipo de exposição estava restrito até pouco tempo atrás a especiais lançados em vídeo (como o caso da série *Classic Albums* lançada no Brasil pelo selo ST2 Records). O vídeo recebeu um tratamento especial de edição, contando com legendas em inglês para atingir, simultaneamente, o público nacional e internacional.

²²³ <<http://www.youtube.com/itsallredmusic>> acesso em 16/06/2009. *Printscreen* capturado durante o acesso.

5. Banda Rammstein (clipe ousado e estratégia de lançamento diferenciada)



Fig. 76 – *Printscreen* Rammstein: vídeo ousado, pornografia e rock pesado. ²²⁴

A banda alemã Rammstein produziu um video-clipe (o) em 2009 ²²⁵ para a canção “*Pussy*” utilizando uma linguagem que mistura elementos de *rock*, música eletrônica e pornografia. Devido ao caráter inusitado e às fortes cenas contidas no vídeo, o clipe foi lançado no portal Visit-X ²²⁶, especializado não em clipes musicais, mas sim em vídeos pornográficos. Este exemplo mostra que a MTV (emissora de TV aberta utilizada com frequência para lançamentos musicais de clipes deixa de ser o único canal disponível).

²²⁴ Vídeo e *printscreen* obtidos em
<<http://kittyshare.blogspot.com/2009/11/rammstein-pussy-video-sin-censura-2009.html>>
acesso em 02/02/2010.

²²⁵ Vídeo não indicado para menores de 18 anos. (nota do autor)

²²⁶ <<http://visit-x.net/rammstein>> acesso em 10/02/2010.

6. Ticiano Paludo + Ritchie (negociação via Twitter)



Fig. 77 – Printscreen Paludo e Ritchie: negociação de *remix* via Twitter. ²²⁷

Em 2009 utilizei o Twitter para negociar a realização de um *remix* para o cantor Ritchie. A negociação se deu inteiramente através do *microblogging*. Um dos pontos mais inovadores desse exemplo é o de que até bem pouco tempo atrás, acompanhar uma negociação desse tipo de forma aberta e disponível a qualquer pessoa era fato raro. Mais um exemplo de construção coletiva catalisada pelas tecnologias digitais.

²²⁷ <www.twitter.com/ticianopaludo> acesso em 25/04/2009. *Printscreen* capturado durante o acesso.

7. Mallu Magalhães (Myspace e publicidade para alavancar carreira)



Fig. 78 – Mallu Magalhães – *DIY* de resultados.²²⁸

A jovem cantora/compositora brasileira Mallu Magalhães²²⁹ utilizou duas estratégias inovadoras em 2008 para alavancar a sua carreira: a primeira foi a utilização do Myspace²³⁰ como plataforma de exposição de suas obras. O resultado foi uma inversão no processo construtivo da carreira: contrariando o paradigma vigente, a internet esteve à frente dos veículos de comunicação de massa. O sucesso do perfil criado no Myspace despertou interesse nas *majors* e em diversos veículos tradicionais eletrônicos e impressos. Em sequência, a artista uniu-se ao *E-Producer* Rafael Rossato²³¹, especializado em descobrir novos talentos musicais para associá-los à imagem de marcas como Pepsi, Toddy, Levi's e Ipiranga. Mallu e Rossato negociaram o *licenciamento* (G) da canção “J1” para um comercial de TV da empresa de telefonia Vivo (o). Com a verba proveniente do *licenciamento*, Mallu custeou a produção de seu primeiro álbum, lançado de forma independente (ela recusou todas as ofertas que havia recebido das *majors*, anteriormente).

²²⁸ Fonte da imagem:

<[http://dynamite.terra.com.br/blog/townart/assets/content/Image/mallu_magalhaes\(1\).jpg](http://dynamite.terra.com.br/blog/townart/assets/content/Image/mallu_magalhaes(1).jpg)> acesso em 14/02/2010. Informações obtidas em Revista Bravo. Ano 11 nº 143 – outubro / 2008. São Paulo: Abril, 2008.

²²⁹ <<http://www.mallumagalhaes.com.br>> acesso em 15/02/2010.

²³⁰ <<http://www.myspace.com/mallumagalhaes>> acesso em 15/02/2010.

²³¹ <<http://www.agenciademusica.com.br>> acesso em 15/02/2010.

8. Beatles (*game* e obra remasterizada)



Fig. 79 – “Beatles Rock Band”: atualização da “Banda dos Corações Solitários”²³²

Em 2009 os Beatles²³³ voltam à mídia com grande impacto, alimentando saudosistas e seduzindo novos *consumidores* do tipo *Digital Native*. Dois produtos foram lançados simultaneamente em 09/09/2009: um jogo para *video-game* chamado “Beatles Rock Band”²³⁴ e a obra completa do grupo, *remasterizada* digitalmente e comercializada nas opções *box set* (mono), *box set* (estéreo) e álbuns individuais. Seguindo a proposta anteriormente apresentada no sub-capítulo referente ao álbum “Sgt. Peppers”, mais uma vez os fãs são estimulados a integrarem a “Banda dos Corações Solitários”. Se em 1967 eram oferecidos adereços de papel encartados no álbum em formato vinil, quarenta e dois anos depois o convite é refeito utilizando-se recursos sofisticados de computação gráfica, o que confere um caráter mais realista e sedutor à proposta. Outro diferencial é que, além dos formatos citados anteriormente (todos em CD), a obra *remasterizada* também foi lançado no formato *pen drive*²³⁵. Nos anexos digitais é possível assistir-se a um vídeo promocional sobre o lançamento da obra *remasterizada* e outro vídeo referente ao *game* (o). O *fonograma* utilizado como trilha de fundo para o comercial do *game* é “Come Togheter” (traduzindo livremente, “Venha Comigo”), isto é, siga o espírito *DIY* e “toque” junto com os Beatles.

²³² Fonte da imagem:

<http://2.bp.blogspot.com/_KfYtZSzt7A/SwN-qkvqnpI/AAAAAAAAAYk/x66Eksdu0ho/s1600/Sgt_Pepper.jpg> acesso em 15/02/2010

²³³ <<http://www.thebeatles.com>> acesso em 15/02/2010

²³⁴ <<http://www.thebeatlesrockband.com>> acesso em 15/02/2010

²³⁵ <<http://www.livrariacultura.com.br/scripts/musica/resenha/resenha.asp?nitem=15007691&sid=8927164651213783218182118&k5=21E2367C&uid=>>> acesso em 15/02/2010

9. Radiohead (pague o quanto quiser)



Fig. 80 – Capa do álbum do Radiohead “*In Rainbows*” (2007). Reprodução.

Anderson (2009) aponta o *case* da banda britânica Radiohead que em 2007 lançou o álbum “*In Rainbows*”. O álbum foi lançado primeiramente em formato *digital release* com *download* gratuito. Os fãs baixavam a obra e pagavam o preço que achavam justo pela aquisição. Conforme Anderson (2009), o valor médio pago foi de seis dólares por *download*. “*In Rainbows*” se tornou o maior sucesso comercial do Radiohead. O álbum foi lançado também nos formatos CD, CD *deluxe* e vinil, totalizando três milhões de cópias vendidas (valor global incluindo todos os formatos). A edição *deluxe* que custava oitenta dólares vendeu cem mil cópias. O Radiohead ganhou mais dinheiro com os *downloads* digitais antes do lançamento do CD físico do que o total, em todos os formatos, do disco lançado anteriormente. Quando o CD físico foi lançado, mais de dois meses depois do lançamento do formato *digital release* “pague o quanto quiser”, o álbum ainda entrou no primeiro lugar na lista dos mais vendidos nos Estados Unidos e Reino Unido e o *download* digital pago no iTunes Music Store também emplacou o primeiro lugar, vendendo trinta mil cópias na primeira semana de lançamento. A *tour* do Radiohead que se seguiu ao lançamento do disco vendeu mais de um milhão de ingressos.²³⁶

²³⁶ Todos os dados extraídos de ANDERSON, Chris. Free. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

10. Kiss (dando sangue pelos fãs)

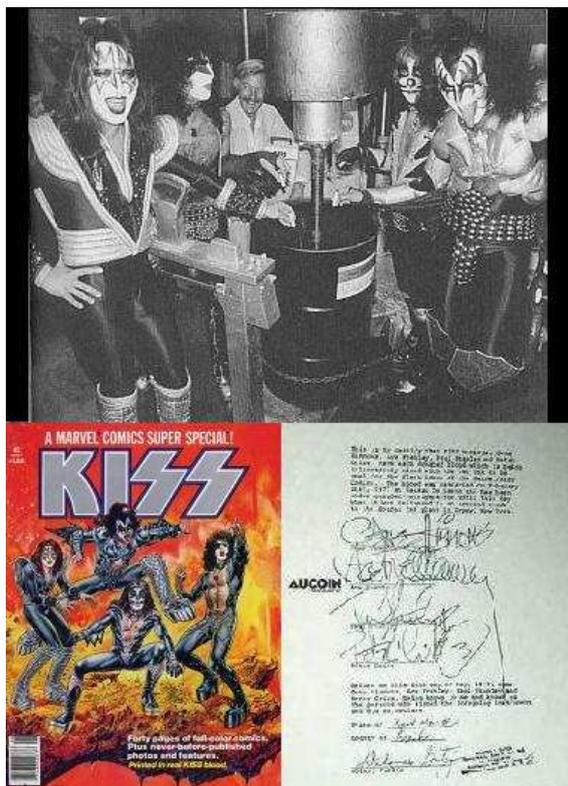


Fig. 81 – *Kisscomics*: Kiss utilizou o sangue dos integrantes da banda misturado à tinta de impressão na década de 1970.²³⁷

Embora Jenkins (2008) tenha sistematizado o conceito de *narrativa transmidiática* em 2008, uma pesquisa realizada para este estudo indica que esta prática já existia na década de 1970. Em 1976, a banda norte-americana Kiss lançou em parceria com a empresa Marvel uma história em quadrinhos na qual o grupo era apresentado como super-herói. Conforme pode ser observado na Fig. 81, os integrantes da banda doaram sangue para que ele fosse misturado à tinta vermelha utilizada na impressão da referida revista²³⁸. O processo de doação foi espetacularizado e utilizado como instrumento de marketing, mostrando que os integrantes da banda possuíam tamanha devoção aos fãs que literalmente “davam seu sangue” por eles.²³⁹

²³⁷ Fonte da imagem: <http://media.kissonline.com/non_secure/images/news/marvel.jpg> acesso em 15/02/2010.

²³⁸ Dado disponível em <<http://www.kissonline.com/history>> acesso em 15/02/2010

²³⁹ Fonte: KISS. KISOLOGY Vol. 1: 1974-1977. DVD. EUA: VH1 Classics, 2006.

Logicamente que estes exemplos citados anteriormente contaram com diversos suportes extras além dos expostos aqui, afinal, uma das características básicas da *narrativa transmidiática* é a ausência de redundância (os conteúdos devem ser nativos em cada meio e não simplesmente transpostos ou copiados de um meio ao outro). Música nunca foi só música. Performance ao vivo, entrevistas, figurino, *design*, são muitos os campos extra-musicais a serem explorados, e de forma direta ou indireta, todos parecem estar ligado com a comunicação social. Os exemplos anteriormente apresentados são prova de que esta técnica sistematizada por Jenkins (2008) aliada a estratégias alternativas se mostra eficaz, tanto como elemento construtor mítico quanto catalisador de vendas (não só de música em si e sim de toda a narrativa artística). Já que o modelo de negócio da Indústria Musical está desgastado e fora de sintonia com a lógica dos *Digital Natives*, utilizar recursos como os apresentados neste sub-capítulo (exemplos, sobretudo, de ciência social aplicada) parece um caminho saudável para enfrentar o *TESARAC* musical que hoje se faz presente.

E assim finalizo a esta jornada que iniciou no século XX e culminou com as *atualizações* no século XXI.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE ALGUMAS COISAS

Ao longo deste estudo, tracei um panorama de acontecimentos marcantes que ocorrerem entre os séculos XX e XXI. O texto permite tecer alguns comentários. Estes esboços de pensamento não podem ser conclusivos. O próprio texto apresentado mostra como a produção musical e a comunicação social possuem uma dinâmica mutante, que se reconfigura e *atualiza* o tempo todo. Algumas reconfigurações foram lentas, outras ocorreram em um piscar de olhos.

Nos anexos digitais, apresento dois vídeos (o) que mostram cenas que nos fazem pensar. O primeiro deles, apresenta um filmagem de consumidores adquirindo o álbum “*Use Your Illusion*” da banda Guns’n’Roses no início da década de 1990. O lançamento do álbum ocorreu a meia noite, prática comum nos Estados Unidos. Jovens ansiosos esperando que as portas abrissem (em horário não convencional) para adquirir o referido álbum, que naquela ocasião, marca bem a transição do vinil para o CD (como pode-se ver no vídeo, os dois formatos eram oferecidos simultaneamente). O segundo vídeo apresenta o cantor Michael Jackson lançando o álbum “*Invincible*” uma década depois do lançamento do Guns’n’Roses. Uma multidão dos fãs aguarda, ansiosa, para ver o ídolo de perto e por um autógrafo. E em 2010? Aonde estão os artistas e as pessoas?

Após o meu estudo, parece-me que, recorrendo novamente aos pensamentos apresentados por Chris Anderson (2006/2009), aqueles que, como as *majors*, continuarem negando que a realidade mudou, terão um caminho bem mais tortuoso do que aqueles que conseguirem entender a lógica dos computadores ligados em rede e dos *digital natives*. Ter sucesso hoje não significa mais necessariamente vender milhões de cópias. Porém, para que o público possa ser seduzido, a *verdade artística* deve imperar. Voltando ao pensamento de Jenkins (2008), o fã deve ser encarado como parceiro. Diversos estudos sobre a “cultura do fã” tem ocupado a academia em função de sua

relevância e força. Além de verdadeiro, o trabalho musical deve ser bem posicionado. Adriana Amaral (2009) e outros estudiosos tem apresentado pesquisas referentes a esse tema, preocupados em como organizar as informações disponíveis na “casa” dos *digital natives*, isto é, no ciberespaço.

No que diz respeito à comunicação social, ela pode (e deve) ser utilizada como instrumento construtor para alavancar e promover carreiras musicais, artistas e produtores musicais. Ela só não pode ser o único instrumento, mas sim um instrumento complementar. As novas tecnologias se mostram cada vez mais acessíveis e baratas, atingindo um número cada vez maior de pessoas. O computador conectado está cada vez mais próximo de artistas, produtores e *consumidores*.

Fazendo um rápido retrospecto do que apresentei, pôde-se observar como o “Manifesto Futurista” entoado no início do século XX seguiu ecoando até hoje. Não só ele, como os ideais de contracultura apresentados neste estudo. Logicamente que eles não foram os únicos responsáveis pela realidade que se apresenta hoje, mas tiveram uma significativa contribuição. De fato, todas as pessoas tem em maior ou menor grau um lado contraculturalista. A busca pelo novo e pela inovação sempre foram as forças motrizes da humanidade. Olhar para o passado é uma boa maneira de tentar compreender o presente e projetar o futuro. Este foi o caminho proposto por mim.

A sonoridade atual parece mesmo caminhar para uma mistura de sons e ruídos (orgânicos e sintéticos) coexistindo em harmonia. As interfaces gráficas (amigosas, divertidas e similares ao que o mundo oferece), o aumento da capacidade de armazenamento e transmissão de dados, a mobilidade, a ubiquidade, a democratização do acesso, o somatório de tudo isso parece indicar o que nos reservam os próximos anos. As conexões do tipo *plug'n'play* USB (isto é, plugue e divirta-se sem precisar entender de programação de computadores) e as facilidades de conexão, compartilhamento e produção intelectual mostram que a tecnologia está servindo como um catalisador de idéias, idéias hoje mais móveis e conectadas do que nunca. Talvez tudo isso não tenha contribuído mais para a Indústria do Disco porque as *majors* não queriam acreditar que seu modelo de negócio um dia chegaria à exaustão e deveria ser repensado. Ainda que este *TESARAC* desperte pânico em muitos músicos, produtores musicais e demais atores sociais que habitam este cenário, trata-se de *pensar*

digitalmente sem esquecer que as facetas analógicas continuarão por aí. Não se trata de escolher entre esse ou aquele sistema, trata-se de uma *atualização* que passa por campos estéticos, técnicos, tecnológicos e comunicacionais. O tema é extenso e fica difícil dar conta de tudo. Porém, proponho um “quadro de *atualizações*”²⁴⁰ para que o leitor reflita sobre acontecimentos deste século que integraram o meu estudo. Vamos a ele.

QUADRO 15: SÉCULO XX E SÉCULO XXI EM XEQUE

Era assim...	Agora é assim...
Produtor Musical	<i>E-Producer</i>
música gravada	música digital líquida
espaço geográfico delimitado	ubiquidade
analógico	digital + analógico
ondas de rádio	<i>stream</i> digital
consumidor	<i>consumidor</i>
reconfiguração	<i>atualização</i>
orgânico	orgânico + sintético
estúdio	<i>home studio</i>
<i>mainstream</i>	<i>faça você mesmo</i>

A gama e a velocidade de acontecimentos da última década foram impressionantes se comparadas a períodos anteriores. As pesquisas utilizadas no meu estudo parecem indicar que o *stream* ubíquo gratuito associado ao acesso a informações sobre os produtos musicais oferecidos e sobre os artistas que os oferecem, incluindo opções de aquisição diferenciadas, demonstram como será o mercado musical dos próximos anos. A produção de conteúdo transmidiático torna-se uma potente arma de diferenciação. Tudo pode ser resumido em uma grande *atualização*, uma *atualização* da música na era da comunicação digital.

²⁴⁰ Elaboração: (PALUDO, 2010).

REFERÊNCIAS

- AGRA, Lucio. História da Arte do Século XX: idéias e movimentos. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- AMARAL, Adriana. (2009b). Plataformas de música online. Práticas de comunicação e consumo através dos perfis. Revista Contracampo, Niterói, n. 20, nov. 2009. Disponível em <<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/6/21>> acesso em 10/02/2010.
- ANDERSON, Chris. A Cauda Longa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- _____. *Free: o futuro dos preços*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- ANDRADE, Mário de. Pequena História da Música. Belo Horizonte: Editora Itatiaia Limitada, 1987.
- ASSEF, Claudia. Todo DJ Já Sambou. São Paulo: Conrad, 2003.
- BARROS, Sílvia (2007) Customização: criatividade enlatada. Disponível em <<http://netoangel.multiply.com/journal/item/24>> acesso em 04/12/2007.
- BAUDRILLARD, Jean. *Power Inferno*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- _____. *Tela Total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina, 1997.
- BENJAMIN, Walter. Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1992.
- BERKELEY UNIVERSITY. (2008). *Living and learning with new media: summary of findings from the digital youth project*. Disponível em <<http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-WhitePaper.pdf>> acesso em 20/06/2009.
- BURGESS, Richard James. A arte de produzir música. Rio de Janeiro: Gryphus, 2002.
- COVACH, John. *What's That Sound? An introduction to rock and its history*. New York: Norton, 2006.
- DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. São Paulo: Contraponto, 2000.
- DIMERY, Robert. 1001 discos para ouvir antes de morrer. Rio de Janeiro: Sextante, 2007.

DUCHENEAUT, Nicolas; WEN, Ming-Hui "Don"; YEE, Nicholas; WADLEY, Greg. *Body and Mind: A Study of Avatar Personalization in Three Virtual Worlds* - (CHI 2009) . Disponível em <<http://www2.parc.com/csl/members/nicolas/documents/CHI2009-Avatars.pdf>> acesso em 28/01/2010.

ELGER, Dietmar. *Dadaísmo*. Lisboa: Taschen, 2004.

ELLISON, N. B., STEINFELD, C., & LAMPE, C. (2007). *The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. Disponível em <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>> acesso em 11/02/2010.

FARIA, Ricardo de Moura. *Nossa História: História Geral*. Belo Horizonte: Editora LÊ, 1984.

FRITSCH, Eloy. *Música Eletrônica: uma introdução ilustrada*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

GIBSON, William. *Neuromancer*. São Paulo: Aleph, 2008.

GOFFMAN, Ken *et* JOY, Dan. *Contracultura Através dos Tempos*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2007.

HANSEN, Mark. *Bodies in code: interfaces with new media*. New York: Routledge, 2006.

HEYLIN, Clinton. *Sgt. Peppers Lonely Herts Club Band*. São Paulo: Conrad, 2007.

HODKINSON, Paul. *Insider Research in Study of Youth Cultures*. *Journal of Youth Studies*, vol. 8 (2), 2005. Disponível em <<http://www.paulhodkinson.co.uk/publications/hodkinsonjys.pdf>> acesso em 27/01/2010.

HONNEF, Klaus. *Pop Art*. Lisboa: Taschen, 2004.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

KAFI, Yasmin B.; FIELDS, Deborah A.; COOK, Melissa. *Your Second Selves: Avatar Designs and Identity Play in a Teen Virtual World*. *Situated Play, Proceedings of DiGRA 2007 Conference*. Disponível em <<http://www.digra.org/dl/db/07311.32337.pdf>> acesso em 27/01/2010.

KUSEK, David *et* LEONHARD, Gerd. *The Future of Music: manifesto for the digital music revolution*. Boston: Berklee Press, 2005.

LARROUSE. *Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Nova Cultural, 1992.

LEMO, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2004.

- LERINA, Roger. Nós te saudamos, AC/DC. In: Jornal Zero Hora, Segundo Caderno. Porto Alegre: RBS, 2008.
- LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.
- _____. Cibercultura. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.
- _____. O que é o virtual? Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.
- LEWIS, David. *The soul of the new consumer*. London: Nicholas Brealey Publishing, 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. Os Tempos Hipermodernos. São Paulo: Barcelona, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. O Conhecimento Comum. Porto Alegre: Brasiliense, 1988.
- MARTIN, George (org). Fazendo Música: o guia para compor, tocar e gravar. São Paulo: Editora UnB, 2002.
- MARTIN, George. Paz, Amor e Sgt. Pepper. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- MENEZES, Flo (org). Música Eletroacústica: história e arte. São Paulo: Editora da USP, 2009.
- MIGUEL, Sá. Produtores Musicais. In: Revista Backstage ANO 12 – Nº 136 / Março/2006 . Rio de Janeiro: HSheldon, 2006.
- MILES, Barry. *Paul McCartney – Many Years From Now*. São Paulo: Dórea Books and Art, 2000.
- MONTEIRO, Elis. (2007) Avatar: você no mundo virtual. Disponível em <<http://www.rjnet.com.br/tecnologiaavatar.php>> acesso em 04/12/2007.
- MOULIN, Raymonde. O Mercado da Arte. Porto Alegre: Zouk, 2007.
- MTV. Dossiê Universo Jovem 4. São Paulo: MTV Brasil, 2008.
- NEGROPONTE, Nicholas. A Vida Digital. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- O'HARA, Craig. A Filosofia do Punk. São Paulo: Radical Livros, 2005.
- ONLINE FANDOM. *What will happen to the music industry?* Disponível em <<http://www.onlinefandom.com>> acesso em 15/03/2009.
- PALUDO, Ticiano. Ai que saudades do meu vinil. In: Revista BACKSTAGE Nº 150. Rio de Janeiro: HSheldon, 2007.
- PEREIRA, Carlos Alberto. O que é Contracultura. São Paulo: Brasiliene, 1985.

PRENSKY, Marc. *Digital Natives, Digital Immigrants*. Disponível em <<http://www.marcprensky.com/writing>> acesso em 14/03/2009.

_____. *Do they really think different?* Disponível em <<http://www.marcprensky.com/writing>> acesso em 14/03/2009.

PYLE, Howard. *Robin Hood*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

ROSA, Denise. Mashupêra Braba. In: REVISTA VOID N° 029. Porto Alegre: Void, 2007.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RÜDIGER, Francisco. *Cibercultura e Pós-Humanismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. *Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. *Matrizes da Linguagem e Pensamento: sonora visual verbal*. São Paulo: Iluminuras, 2005.

_____. *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 2003.

STRICKLAND, Carol. *Arte Comentada: da Pré-História ao Pós-Moderno*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

SOUVIGNER, Todd. *The world of DJs and the turntable culture*. New York: Hal-Leonard, 2003.

WARHOL, Andy. *A Filosofia de Andy Warhol: de A a B e de volta a A*. Rio de Janeiro: Cobogó, 2008.

WISNIK, José Miguel. *O Som e o Sentido: uma outra história das músicas*. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

WOLTON, Dominique. *Internet, e Depois?* Porto Alegre: Sulina, 2003.

OBRAS CONSULTADAS

- AMARAL, Adriana. *Visões Perigosas*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- BAKER, Bob. *Myspace Music Marketing*. St. Louis: Spotlight Publications, 2006.
- BULL, Michael. *Sound Moves: iPod culture and urban experience*. New York: Routledge, 2007.
- CANONGIA, Ligia. *O Legados dos Anos 60 e 70*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- CHAPPLE, Steve et GAROFALO, Reebee. *Rock e Indústria*. Lisboa: Editora Caminho, 1989.
- CLAYSON, Alan. *The Rolling Stones: gravações comentadas e discografia completa*. São Paulo: Larouse, 2009.
- DAMANTE, Nara. *Fama: como se tornar uma celebridade*. São Paulo, Matrix, 2003.
- DUARTE, Rodrigo. *Adorno / Horkheimer & A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- FERLA, Marcelo. *Música Eletrônica*. São Paulo: Editora Abril, 2004.
- GRONOW, Pekka et SAUINO, Ilpo. *An International History of the Recording Industry*. New York: Cassel, 1999.
- HARRIS, John. *The Dark Side of the Moon*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.
- HONNEF, Klaus. *Andy Warhol: a comercialização da arte*. São Paulo: Paisagem, 2005.
- JEKINS, Henry. *Fans, bloggers, and gamers*. New York: New York University, 2006.
- JENNINGS, David. *Net, Blogs and Rock'n'Roll*. Boston: Nicholas Brealey Publishing, 2007.
- KALLIONGIS, Nick. *Myspace Music Profit Monster*. New York: MTV Press, 2008.
- MARTIN, George. *All You Need is Ears*. New York: St. Martin's Press, 1994.
- MAZZOLA, Marco. *Ouvindo Estrelas*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2007.
- McNEIL, Legs et McCAIN, Gillian. *Punk: Volumes 1 & 2*. Porto Alegre: L&PM, 2007.

MORIN, Edgar. *As Estrelas – Mito e Sedução no Cinema*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1972.

OLIVEIRA, Marcelo Carvalho de et LOPES, Rodrigo de Castro. *Manual de Produção de CDs e Fitas Demo*. Rio de Janeiro: Gryphus, 2002.

PALUDO, Ticiano. *Kiss, O Mito Vivo*. Monografia de Graduação. Porto Alegre, 1998.

PREVE, Francis. *Remixer's Bible*. San Francisco: Backbeat Books, 2006.

RAMONE, Phill. *Gravando! Os bastidores da música*. Rio de Janeiro: Guarda-Chuva, 2008.

REVISTA BACKSTAGE. Ticiano Paludo. *Álbum ou demo?* In: BACKSTAGE Nº 151. Rio de Janeiro: H. Sheldon, 2007.

_____. Ticiano Paludo. *Arte ou Negócio?* In: Revista BACKSTAGE Nº 154, Rio de Janeiro: HSheldon, 2007.

_____. Ticiano Paludo. *Mainstream ou Underground?* A fábula da Indústria Fonográfica. In: BACKSTAGE Nº 157. Rio de Janeiro: HSheldon, 2007.

_____. Ticiano Paludo. *O segundo álbum: e agora?* In: BACKSTAGE Nº 144. Rio de Janeiro: H. Sheldon, 2006.

_____. Ticiano Paludo. *Remix-se!* In: BACKSTAGE Nº 158. Rio de Janeiro: HSheldon, 2008.

REVISTA Geek. *Especial Áudio Digital*. São Paulo: Escala, ano não consta na publicação.

REVISTA INFO Exame. *Tudo sobre MP3*. Ano 14, Nº 163. São Paulo: Abril, 1999.

_____. *Especial: Guia do MP3*. São Paulo: Abril, 2002.

REVISTA INTERNET.BR – *MP3: A revolução do som via internet*. São Paulo: Reichman & Affonso Editores, ano não consta na publicação.

RODRIGUES, Rodrigo Fonseca e. *Música Eletrônica: a textura da máquina*. São Paulo: Annablume, 2005.

RODRÍGUEZ, Margarita Perera. *Gênios da Arte: Warhol*. São Paulo: Girassol, 2007.

ROSEMAN, Jordan “DJ Earworm”. *Audio Mashup Construction Kit*. Indianapolis: Wiley Publishing Inc., 2007.

RUSSELS, Jeff. *The Beatles: gravações comentadas e discografia completa*. São Paulo: Larouse, 2009.

SALLABERRY. Manual prático da Produção Musical. Rio de Janeiro: Música & Tecnologia, 2008.

SANTINI, Rose Marie. Admirável Chip Novo: a música na era da internet. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

SHANES, Eric. Andy Warhol. Lisboa: Lisma, 2005.

SIBILIA, Paula. O Show do Eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TURKLE, Sherry. *Life on the screen*. New York: Simon & Schuster, 1997.

_____. *The second self*. Cambridge: Mit Press, 2005.

VAZ, Gil Nuno. História da Música Independente. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SITES CONSULTADOS

Abbey Road Studios. <<http://www.abbeyroad.com>> acesso em 10/01/2010.

Adriana Amaral (*blog*). <<http://palavrasecoisas.blogspot.com>> acesso em 23/01/2010.

ABPD – Associação Brasileira de Produtores de Discos. <<http://www.abpd.org.br>> acesso em 22/01/2010.

ABMI – Associação Brasileira de Música Independente. <<http://www.abmi.com.br>> acesso em 22/01/2010.

Electric Lady Studios. <<http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos.html>> acesso em 10/01/2010.

Raquel Recuero (*blog*). <<http://pontomidia.com.br/raquel/arquivos.html>> acesso em 27/01/2010.

Wikipedia. Verbete “Bruno Maderna”.
<http://en.wikipedia.org/wiki/Bruno_Maderna> acesso em 31/08/2009.

_____. Verbete “Guido D’Arezzo”.
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Guido_D%27Arezzo> acesso em 09/02/2010.

_____. Verbete “Luigi Russolo”. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Luigi_Russolo> acesso em 20/08/2009.

_____. Verbete “Theda Bara”. <http://pt.wikipedia.org/wiki/Theda_bara> acesso em 24/10/2008.

_____. Verbete “Walter Benjamin”.
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Walter_Benjamin> acesso em 30/10/2008.

ALBUNS MUSICAIS CONSULTADOS

BEATLES. *Revolver*. CD. Brasil: Apple, 2009.

_____. *Rubber Soul*. CD. Brasil: Apple, 2009.

_____. *Sgt. Peppers Loney Hearts Club Band*. CD. Brasil: Apple, 2009.

_____. *White Album*. Brasil: Apple, 2009.

BEACH BOYS. *The Pet Sounds Sessions (box set)*. CD. EUA: Capitol, 1997.

_____. *Pet Sounds (deluxe edition)*. CD. EUA: Capitol, 2001.

BRUNO MADERNA. *Musica Elettronica*. CD. EUA: Stradivarius, 1994.

CAMINHANTES DO CÉU. *Jornada da Transformação*. CD. Brasil: Wav Label, 2006.

CHEMICAL BROTHERS. *We Are The Night*. CD. EUA: Astralwerks, 2007.

DEEP PURPLE. *Machine Head*. LP. Brasil: EMI, 1985.

FRANK SINATRA. *My Way: The Best of Frank Sinatra*. CD. EUA: Warner, 2000.

JOHN CAGE. *Music for Percussion*. CD. EUA: Hungaroton, 2000.

KARLHEINZ STOCKHAUSEN. *Gesang Der Jünglinge*. LP. Germany: Deutsche Grammophon, 1963.

LENNON, John & ONO, Yoko. *Unfinished Music #2: Life With The Lions*. CD. EUA: Rykodisc, 1997.

LES PAUL & MARY FORD. *Vaya Con Dios*. CD. EUA: Golden Stars Holland, 2005.

LUCIANO BERIO. *Many More Voices*. CD. EUA: RCA, 1998.

MCCARTNEY, Paul. *McCartney II*. LP. Brasil: MPL, 1980.

NEW YORK DOLLS. *New York Dolls*. CD. EUA: Mercury, 1990.

RAMONES. *Mondo Bizarro*. CD. Brasil: EMI, 1992.

_____. *Greatest Hits*. CD. Brasil: Warner, 2006.

_____. *Road to Ruin*. CD. EUA: WEA, 2001.

RESTOS DE NADA. *Restos de Nada*. LP. Brasil: Polygram, 1987.

SEX PISTOLS. *Kiss: The Greatest Hits*. CD. EUA: EMI, 1995.

_____. *Never Mind The Bollocks*. CD. EUA: WEA, 1990.

U2. *The Best of 1980-1990 (Limited Edition)*. CD. Brasil: Polygram, 1998.

VA. *OHM: The Early Gurus of Electronic Music*. CD. EUA: Ellipsis Arts, 2005.

VELVET UNDERGROUND. *The Velvet Underground and Nico*. CD. EUA: Polydor, 1996.

OBRAS AUDIOVISUAIS CONSULTADAS

AMADEUS (*movie*). DVD. Brasil: Warner, 1997.

BOB MARLEY: *Catch a Fire – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

BOTINADA: A Origem do Punk no Brasil (documentário). DVD. São Paulo: ST2 Records, 2009.

CADILLAC RECORDS (*movie*). DVD. Brasil: Sony, 2009.

CREAM: *Disraeli Gears – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

DEEP PURPLE: *Machine Head – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

FRANK ZAPPA: *Aphostrophe Over – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

JOHN LENNON. *Plastic Ono Band – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

KISS. *KISOLOGY VOL. 1: 1974-1977*. DVD. EUA: VH1 Classics, 2006

MOTORHEAD. *Ace of Spades – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

NIRVANA. *Nevermind – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

PINK FLOYD. *The Dark Side of The Moon – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

_____. *The Wall*. DVD. Brasil: Sony, 2007.

RENATO RUSSO. A Entrevista MTV. DVD. São Paulo: Deckdisc, 2007.

SEX PISTOLS. *Never Mind The Bollocks – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

SIMPLY RED. *Stars – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

THE WHO. *Who's Next – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

U2. *The Joshua Tree – Classic Albums*. DVD. São Paulo: ST2 Records, 2008.

CAPÍTULO I: CONFIGURAÇÕES

O PRODUTOR MUSICAL

Pasta: [001 Capítulo 1 - O Produtor Musical]

- 01 – Les Paul & Mary Ford – “*How High The Moon*”
(extraído do álbum Les Paul & Mary Ford – “*Vaya Con Dios*”. CD.
EUA: Golden Stars Holland, 2005)
- 02 – Produtor Liminha anos 1980 (Kátia Flávia) (vídeo)
(ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=Ucs3Sfb5wkI>>
acesso em 24/01/2010)

MÚSICA ELETROACÚSTICA / MÚSICA CONCRETA

Pasta: [002 Capítulo 1 - Musica Eletroacustica e Concreta]

- 01 – John Lennon e Yoko Ono – “*Radio Play*”
(extraído do álbum John Lennon & Yoko Ono – “*Unfinished Music #2: Life With The Lions*”. CD. EUA: Rykodisc, 1997)
- 02 – Pierre Schaeffer – “*Etude Aux Chemins de Fer*”
(extraído do álbum VA – “*OHM: The Early Gurus of Electronic Music*”.
CD. EUA: Ellipsis Arts, 2005)
- 03 – Ticiano Paludo – “*Sexo Maquinas e Rock’n’Roll*” (arquivo pessoal do autor, 2007)
- 04 – Os Caminhantes do Céu – “*Iemanjá*” (extraído do álbum Os Caminhantes do Céu –
“*Jornada da Transformação*”. CD. Brasil: Wav Label, 2006)
- 05 – Luciano Berio – “*Thema (Omaggio a Joyce)*” (extraído do álbum Luciano Berio –
“*Many More Voices*”. CD. EUA: RCA, 1998)
- 06 – Bruno Maderna – “*Musica Su Due Dimensioni*” (extraído do álbum
Bruno Maderna – “*Musica Elettronica*”. CD. EUA: Stradivarius, 1994)
- 07 – Theremin (video) - Exemplo Moog Site (data indefinida)
(ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=c8uE3Q8p9Jo>> acesso em 31/08/2009)
- 08 – John Cage – “*Imaginary Landscape #1*” (extraído do álbum John Cage –
“*Music for Percussion*”. CD. EUA: Hungaroton, 2000)

²⁴¹ Os arquivos disponíveis estão nos formatos MP3 (para áudio) e MP4 e AVI (para vídeo).
(nota do autor)

- 09 – Karlheinz Stockhausen – “*Gesang Der Jünglinge*” (extraído do álbum Karlheinz Stockhausen – “*Gesang Der Jünglinge*”. LP. Germany: Deutsche Grammophon, 1963)

CONTRACULTURA(S): MOVIMENTO O MOVIMENTO

Pop Art Pasta: [003 Capítulo 1 - Pop Art]

- 01 – Velvet Underground – “*Heroin*” (extraído do álbum Velvet Underground – “*Velvet Underground and Nico*”. CD. EUA: Polydor, 1996)

Movimento Punk Pasta: [004 Capítulo 1 - Movimento Punk]

- 01 – Jimi Hendrix Experience – “*Wild Thing*” (vídeo) ao vivo no Monterey Pop Festival 1968 (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=9oFZIFq6das>> acesso em 08/02/2010)
- 02 – The Who – “*My Generation*” (vídeo) ao vivo em Woodstock 1969 (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=cH9IgjZCx4c>> acesso em 08/02/2010)
- 03 – Restos de Nada – “*Restos de Nada*” (extraído do álbum Restos de Nada – “*Restos de Nada*”. LP. Brasil: Polygram, 1987)
- 04 – Pink Floyd – “*Another Brick in The Wall part 2*” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=311-QbsU5gA>> acesso em 05/02/2010)
- 05 – Ramones – “*I Wanna Be Sedated*” (extraído do álbum Ramones – “*Road to Ruin*”. CD. EUA: WEA, 2001)
- 06 – Ramones – “*Pet Sematary*” (extraído do álbum Ramones – “*Greatest Hits*”. CD. EUA: WEA, 2006)
- 07 – Ramones – “*Poison Heart*” (extraído do álbum Ramones – “*Mondo Bizarro*”. CD. EUA: MCA, 1992)
- 08 – Frank Sinatra – “*My Way*” (extraído do álbum Frank Sinatra – “*My Way: The Best of Frank Sinatra*”. CD. EUA: Warner, 2000)
- 09 – Sex Pistols – “*My Way*” (extraído do álbum Sex Pistols – “*Kiss The Greatest Hits*”. CD. EUA: EMI, 1995)
- 10 – New York Dolls – “*Bad Girl*” (extraído do álbum New York Dolls – “*New York Dolls*”. CD. EUA: Mercury, 1990)
- 11 – Beatles – “*Helter Skelter*” (extraído do álbum Beatles – “*The White Album*”. CD. EUA: EMI, 2009)

SGT. PEPPERS: TRAÇOS CONTEMPORÂNEOS E NARRATIVA MUSICAL
Pasta: [005 Capítulo 1 - Sgt Peppers]

- 01 – Beatles – “*Sgt. Peppers Lonely Heart Club Band*” (extraído do álbum Beatles – “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*”). CD. EUA: EMI, 2009)
- 02 – Beatles – “*Lucy in the Sky with Diamonds*” (extraído do álbum Beatles – “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*”). CD. EUA: EMI, 2009)
- 03 – Beatles – “*Good Morning, Good Morning*” (extraído do álbum Beatles – “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*”). CD. EUA: EMI, 2009)
- 04 – Beatles – “*When I Am Sixty-Four*” (extraído do álbum Beatles – “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*”). CD. EUA: EMI, 2009)
- 05 – Beach Boys – “*God Only Knows*” (*outtake*) (extraído do álbum Beach Boys – “*The Pet Sound Sessions (box set)*”). CD. EUA: Capitol, 1997.
- 06 – Beach Boys – “*God Only Knows*” (*stereo mix*) (extraído do álbum Beach Boys – “*The Pet Sound Sessions (box set)*”). CD. EUA: Capitol, 1997.
- 07 – Beatles – “*Rubber Soul (mini documentary)*” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=0wjYKTFJUXM>> acesso em 05/02/2010)
- 08 – Beatles – “*Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band (mini documentary)*” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=QjJZzanEUnw>> acesso em 05/02/2010)
- 09 – “*Pet Sounds / Sgt. Peppers – part 1*” (vídeo) (ripado de <http://www.youtube.com/watch?v=cz4rHCRNy_U> acesso em 05/02/2010)
- 10 – “*Pet Sounds / Sgt. Peppers – part 2*” (vídeo) (ripado de <http://www.youtube.com/watch?v=IU7fG_tQoPo> acesso em 05/02/2010)

CAPÍTULO II: RECONFIGURAÇÕES

RECONFIGURANDO I...

Reconfigurando a Produção

Pasta: [006 Capítulo 2 - Reconfigurando a Producao]

- 01 – Cena Amadeus – “*Salieri helps Mozart write his Requiem*” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=ROllcRNrGI4>> acesso em 07/02/2010)
- 02 – Cena Cadillac Records – “*Etta Sings 'Church Bells'*” (vídeo) (ripado de <http://www.youtube.com/watch?v=Omq7__5lZxU> acesso em 07/02/2010)
- 03 – “Produtor Liminha anos 1980 (Kátia Flávia)” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=Ucs3Sfb5wkI>> acesso em 24/01/2010)
- 04 – “Produzindo em casa: Paulo Mac” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=Ucs3Sfb5wkI>> acesso em 07/02/2010)
-

Reconfigurando o Estúdio

Pasta: [007 Capítulo 2 - Reconfigurando o Estudio]

- 01 – Paul McCartney – “*Coming Up*” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=6hfxwIc89T8>> acesso em 09/02/2010)
-

RECONFIGURANDO II...

Reconfigurando a Vitrine

Pasta: [008 Capítulo 2 - Reconfigurando a Vitrine]

- 01 – *Jukebox* – “*Wurlitzer 500 Jukebox with some 50's Classics (Love Is Strange/The Stroll/Banana Boat Song) 78 rpm*” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=-7yY3lF6mh8>> acesso em 10/02/2010)
-

TRANSMÚSICA: “NARRATIVAS TRANSMIDIÁTICAS” PARA MÚSICA EM MOVIMENTO

Pasta: [009 Capítulo 2 - Cases Transmediaticos]

- 01 – Rammstein – “Pussy” (vídeo). (*Download* do vídeo em <<http://kittyshare.blogspot.com/2009/11/rammstein-pussy-video-sin-censura-2009.html>> acesso em 02/02/2010) – **NÃO RECOMENDADO PARA MENORES DE 18 ANOS.**
- 02 – Mallu Magalhães – “Comercial Vivo”. (vídeo) (ripado de <http://www.youtube.com/watch?v=O_Tm3d3R21s> acesso em 10/02/2010)
- 03 – Beatles – “Remasters Comercial” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=u1Utrvwmq0I>> acesso em 10/02/2010)
- 04 – Beatles – “Rock Band Comercial” (vídeo) (ripado de <http://www.youtube.com/watch?v=c-qt5szlQ_U> acesso em 10/02/2010)
- 05 – Beatles – “Rock Band Trailer” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=NFgEmu9ARVA>> acesso em 10/02/2010)

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE ALGUMAS COISAS

Pasta: [010 Consideracoes Finais]

- 01 – Guns’ n’ Roses – “Guns N’ Roses Use Your Illusion Midnight Release September 17, 1991” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=4QCLOaTiGKM>> acesso em 10/02/2010)
- 02 – Michael Jackson – “Michael Jackson At Virgin Megastore in 2001” (vídeo) (ripado de <<http://www.youtube.com/watch?v=h0i8xKaDffc>> acesso em 10/02/2010)
- 03 – Beatles – “Tomorrow Never Knows” (extraído do álbum Beatles – “Revolver”. CD. EUA: EMI, 2009.
- 04 – The Chemical Brothers – “Saturate” (extraído do álbum The Chemical Brothers – “We Are The Night”. CD. EUA: Astralwerks, 2007.

Arquivos avulsos:

- Dissertação Completa (arquivo em PDF);
- Sistemas de Gravação (arquivo em PDF).

GLOSSÁRIO

O Glossário apresentado a seguir foi elaborado utilizando como fonte todas as leituras realizadas para este estudo (referências, obras consultadas e material multimídia) e a minha experiência profissional. (nota do autor)

A

A&R (artista e repertório): Profissional responsável pela escolha de repertório dos artistas e por ajudá-los a definirem sua estética e *atitude* perante o mercado e o público.

ACAPELLA: Fonograma que contém apenas registros vocais.

ACETATO: Também conhecido como “*dub plate*”, trata-se de um disco de teste (cópia de avaliação) gravado diretamente de uma fonte sonora (como um gravador de rolo, por exemplo – processo similar à gravação de um vinil em fita K7). Os discos de acetato foram muito utilizados na década de 1960 quando músicos e produtores desejavam ouvir a *pre-mix* de um álbum ou *fonograma* em ambientes externos ao estúdio de gravação. Eram compatíveis com qualquer aparelho reproduzidor de vinil, mas seu tempo de vida útil restringia-se a poucas audições (não apresentavam resistência física e se desgastavam facilmente através do atrito entre a agulha e a *bolacha*). Atualmente são vendidos a preços bastante elevados, tendo como público *audiófilos*, fãs e colecionadores.

AGREGADOR: Agregador. Distribuidor digital de música.

AIFF: Sigla para *Audio Interchange File Format*. Formato de arquivo de áudio desenvolvido pela empresa americana Apple e utilizado, principalmente, em computadores Macintosh. O seu similar nos computadores PC é o WAV.

ÁLBUM MUSICAL (ou simplesmente ALBUM): Conjunto de *fonogramas* agrupados, tendo como costura um conceito pré-estabelecido, independente do suporte. Inclui também os textos (*ficha técnica, release*, textos diversos, letras das canções, etc) e o projeto gráfico (*design*). Nomenclatura que passa a ser adotada em definitivo após o surgimento do CD (em 1993), substituindo o LP. Ainda assim, existem várias referências ao termo “álbum” na Era do LP.

ALMA MUSICAL: vide *AURA MUSICAL*.

AMPLIFICADOR: Equipamento utilizado em produção musical para ampliação de sinal sonoro com o objetivo de se alcançar maior pressão sonora e aquecimento do som. Pode ser do tipo valvulado (aquele que utiliza válvulas), transistorizado (aquele que utiliza transistores) ou híbrido (utiliza válvulas e transistores, simultaneamente).

AQUÁRIO: Vidro acusticamente isolado e instalado próximo aos equipamentos de gravação de um estúdio pelo qual os músicos conseguem enxergar os técnicos de gravação e os produtores musicais e vice-versa, durante uma *seção de gravação*. Meio pelo qual é possível se visualizar a *sala de gravação da técnica (sala)* e vice-versa.

ARRANJADOR: Profissional especializado na arte do *arranjo*.

ARRANJO: Organização e planejamento sistemático de escolha de músicos e instrumentos musicais utilizados em uma gravação, o que e como cada um tocará, e o encadeamento entre as partes da *canção / composição*. Além disso, envolve escolhas estéticas e de performance artística. Pode também implicar na composição de trechos musicais criados para um *fonograma* ou espetáculo artístico (como, por exemplo, uma orquestração) ou midiático (shows para TV, etc).

ART ROCK: Termo utilizado na Indústria do Disco a partir da década de 1960 em referência a álbuns musicais de rock realizados com o propósito de serem obras de arte musicais complexas. Esta complexidade é alcançada através de composições e *arranjos* elaborados e técnicas experimentais de gravação e produção. “*Pet Sounds*” (1966) da banda Beach Boys e “*Sgt. Peppers*” (1967) dos Beatles são considerados marcos iniciais e ícones representativos dessa vertente.

ARTE ATUAL: Termo proposto por Raymonde Moulin (2007) para designar a arte produzida atualmente (podemos entendê-lo como a classificação subsequente à arte contemporânea).

ARTISTA PROFISSIONAL: Aquele que vive de sua arte.

ARTISTA INDEPENDENTE: Aquele que não possui vínculos com uma *MAJOR*. Pode fazer parte do *cast* de um *selo* musical ou não ter vínculo com selo musical ou gravadora.

ASSESSOR DE IMPRENSA: Responsável pela produção e circulação de notícias sobre a gravadora e seu *cast*.

ATITUDE: Como o artista se comportará perante os demais artistas, público e mídia. Similar a posicionamento mercadológico e ideológico.

AUDIÓFILO: Do grego (“audio” = som + “filo” = amigo). Termo utilizado para designar ouvintes apaixonados por música que buscam a maior pureza e fidelidade em reproduções sonoras (independente do dispositivo, seja ele um rádio ou um *MP3 player*). Esta pureza não deve ser confundida com *punch* e sim som claro, limpo e cristalino. Quem não é audiófilo se enquadra na classificação de ouvinte comum.

AUDIO RELEASE: Release em formato de *fonograma*.

AURA: Termo proposto por Walter Benjamin (1936) para designar o caráter único e singular de uma obra de arte.

AURA ARTÍSTICA: Termo proposto por Ticiano Paludo (2008) para designar a *verdade artística* (arte orgânica, parte integrante da essência do artista e não construção simulada). Prestígio, reconhecimento, poder de sedução.

AURA MUSICAL: Termo proposto por Ticiano Paludo (2008) para designar valor artístico percebido pelo público nas obras musicais. Similar à *Alma Musical*.

B

BEATBOX: Técnica utilizada principalmente no hip-hop (sub-estilo derivado do rap) na qual os MC's (mestres de cerimônia) utilizam a voz como instrumento, simulando batidas de bateria eletrônica, efeitos de manipulação de vinil (conhecidos como *scratch*) e mais uma extensa diversidade sonora.

BACKING VOCAL: Do inglês, “vocal secundário”. Nomenclatura utilizada em produção musical para vocalizações auxiliares utilizadas como adereço frente ao vocal principal de uma *canção*.

BEST PRICE: Estratégia de marketing utilizada pelas gravadoras para incrementar vendas quantitativas segundo a qual os álbuns musicais são comercializados a preços populares, tendo como contrapartida um projeto gráfico pobre e consequente depreciação estética e conceitual da obra. Embora apresente os problemas descritos, propicia uma democratização em função do baixo preço final de venda ao público.

BG: Sigla para *BackGround* (do inglês, “segundo plano; plano de fundo”). Nomenclatura utilizada para música de fundo em programas de rádio, TV e *podcast*.

BOLACHA: Gíria utilizada no meio musical para fazer referência a discos de vinil e acetato.

BOOTLEG: Gravações não autorizadas de áudio. A fonte sonora pode ser um *show* (gravado direto da mesa de som ou captado pelo ar), ou de uma transmissão via rádio, televisão ou internet. Além de músicas, pode conter entrevistas, gravações de ensaio ou de passagem de som (*check sound*).

BOX SET: Edições luxuosas e caras, normalmente comemorativas (morte do artista, décadas de lançamento da obra, etc). Incluem um projeto gráfico sofisticado. Podem conter discografias reunidas, material inédito, versões alternativas, *remixes* e sobras de estúdio (como trechos de *sessões de gravação* não lançadas – chamados de *outtakes*, *sessions* e *rehearsal*).

C

COMPOSIÇÃO: Criação musical instrumental.

CANÇÃO: Criação musical baseada em letra (texto), harmonia (conjunto de acordes) e melodia (sequência de notas musicais que são cantadas), utilizando como modelo normativo e construtivo a teoria musical ocidental.

CAST: Grupo de artistas (cantores solo, duos, grupos, bandas, etc) contratados, gerenciados, promovidos e produzidos pela gravadora.

CATÁLOGO: Conjunto de todas as obras musicais (de faixas avulsas a *BOX SETs*) pertencentes a uma gravadora.

CD: Do inglês, *Compact Disc*, “Disco Compacto”. Meio de armazenamento de dados e/ou áudio que começa a se popularizar na segunda metade da década de 1990. Sinônimo de *ALBUM*.

CDA: Sigla para denominar *CDs* gravados no formato áudio. Os *CDs* gravados em formato de dados são chamados de CD-R ou CD-RW.

CDJ: Nome dado aos *players* (tocadores) de *CDs* desenvolvidos especialmente para o uso de *DJs*.

CHECK SOUND: Também chamado de “Passagem de Som”, é o procedimento realizado pelos artistas antes de uma gravação, ensaio ou apresentação ao vivo. Compreende desde a afinação dos instrumentos até a timbragem, equalização e equilíbrio da *Imagem Estéreo do Som*.

CIBERESPAÇO: Termo criado por William Gibson em sua obra “*Neuromancer*” (1984) para designar um espaço não-físico ou territorial composto por um conjunto de redes de computadores através dos quais todas as informações circulam. Popularmente chamado de internet.

CIBERMÚSICA: Termo proposto por Ticiano Paludo (2008) para englobar as produções musicais que se utilizam da informática em rede para elaboração, comercialização e circulação de obras artístico-musicais.

CIRCULAÇÃO: Termo atual que substituiu a nomenclatura “DIFUSÃO”, utilizado para designar a distribuição das obras musicais em meios e canais físicos e/ou digitais, com ou sem finalidade comercial.

COLETÂNEA: Também conhecido no mercado musical como “venda de *catálogo*”, consiste em compilações de *hit singles* e sucessos. Já figurava na “Era do LP” e continua sendo uma modalidade existente até os dias atuais. Existem, também, as chamadas “Coletâneas LADO B” que apresentam faixas opostas aos *hit singles*, isto é, que não figuraram em *hit singles* e não foram consideradas potencialmente comerciais pelas gravadoras. Também conhecidas como *não-hits*.

COMPRESSOR: Equipamento utilizado em produção musical para processamento de som com o objetivo de ajustar-se o nível de um sinal gerado por uma fonte sonora.

CUSTOMIZAÇÃO: Construção personalizada que permite diferenciação.

D

DAW (*Digital Audio Workstation*): Sigla que significa “Estação de Trabalho Digital para Áudio”. Tratam-se de programas de computador que emulam estúdios de gravação. Permitem gravar, tocar e editar áudio. A grande maioria trabalha simultaneamente com arquivos de som e comandos *MIDI*.

DELUXE: Lançado em suporte CD e/ou *digital release*, é chamada de “Edição de Luxo”. Normalmente, composto de dois álbuns integrando um único lançamento (álbum original *remasterizado* + um álbum bônus com conteúdo similar ao do *BOX SET*; espécie de mini *BOX SET*).

DEMO: Abreviação de “demonstração”, normalmente em referência a fitas e discos usados para marketing e testes. Serve, também, como demonstração para que um produtor entenda aonde o artista quer chegar. Gravações simples, com acabamento semi-profissional ou amador.

DIGITAL RELEASE: Classificação atualmente utilizada para designar *álbuns musicais* que são lançados exclusivamente em formato digital e comercializados mediante o *download* pago sem a existência de suportes físicos (como CD e/ou Vinil). Termo que ganha força e começa a ser empregado a partir de 2007. Consiste no lançamento digital (arquivos em formato MP3, MP4, WMA, FLAC ou WAV). Não existe limite máximo de faixas, porém, normalmente respeita as estruturas que o precederam, ou seja, de *hit single* a *BOX SET*. A tradução do termo (do inglês para o português) significa “lançamento digital”.

DIGITALIZAR: Codificar qualquer tipo de informação (texto, áudio, vídeo, imagem) em linguagem binária. Transformação de átomos em bits.

DIVULGADOR: Tem como função promover o artista nos meios de comunicação social de massa, principalmente o rádio.

DJ: Sigla para “disc-joquei”. Nome dado aos profissionais do ramo artístico-musical que são responsáveis pela seleção de *repertório* e execução mecânica e/ou eletrônica de *fonogramas* com a finalidade de entretenimento. Popularizou-se a partir da segunda metade da década de 1970.

DO IT YOURSELF: Do inglês, “Faça Você Mesmo”. Lema do movimento *Punk*. Também pode ser encontrado referências a sua sigla “*DIY*”.

DOWNLOAD: Do inglês, “carregar”. Termo utilizado para denominar o processo de transferência de arquivos digitais da internet para o computador pessoal.

DRM: Sigla para *Digital Rights Management* (“Gestão de Direitos Digitais”). Sistema utilizado para proteção de direitos autorais de arquivos digitais, impedindo cópias ilegais.

E

EDITOR MUSICAL: Responsável por cuidar da remuneração dos artistas, garantindo pagamento de direitos referentes à venda e execução pública das obras.

EMO PUNK: Punk emotivo (EMO, do inglês, emotional – “emocional”). Movimento surgido nos anos 1990. Tem como característica letras que abordam temas como relacionamentos e questões pessoais. Rock melódico com guitarras distorcidas.

EMOCORE: Denominação mais corriqueira para o *EMO PUNK*.

ENGENHEIRO DE SOM: Profissional com sólidos conhecimentos de física, acústica e técnicas de gravação, *mixagem* e *masterização*.

ESTÚDIO: Conhecido também como “Sala de Gravação” ou “*Record Room*”. Local com isolamento e tratamento acústico, aonde os músicos executam suas performances para captação. Pode, também, significar o conjunto envolvendo a “Sala de Gravação” e a “*Técnica (sala)*”.

ESTÚDIO DE GRAVAÇÃO: Local aonde são gravados os projetos musicais. Também conhecido singelamente como “*Estúdio*”. Sinônimo de “*Estúdio*”.

E-PRODUCER: Termo cunhado pelo produtor musical Ticiano Paludo nos anos 2000. Profissional que engloba as funções de produtor musical, produtor fonográfico, produtor executivo e A&R. Não confundir com produtor de música eletrônica (o termo é utilizado dessa forma em outros contextos). Especialista em produção musical e Comunicação Social.

EP (*Extended Play*): Normalmente apresenta entre cinco e oito faixas. Espécie de *LP* reduzido. Disco de 7 polegadas.

EQ (Equalizador): Controle utilizado em produção musical para realçar ou atenuar determinada frequência sonora.

F

FAIXA: Termo utilizado para definir cada composição / *fonograma* integrante de um projeto fonográfico.

FAIXA AVULSA: Fonograma produzido de forma isolada, sem ligação direta com nenhum projeto fonográfico (*album, hit single, etc*).

FAN MADE: Nome dado aos álbuns musicais “produzidos” por fãs. É uma *atualização* das *mixtapes*, normalmente em formato *digital release*. Pode ser uma coletânea ou um álbum que apresente *playlist* diferente do original, podendo conter, também, *outtakes* e gravações ao vivo. Os *bootlegs* também podem ser considerados como *fan made* álbuns.

FANZINE: Revista feita por fãs. Publicações impressas / eletrônicas artesanais em pequenas tiragens. Pode conter uma temática central (estilo musical, banda, cinema, quadrinhos, ficção científica, etc). Toma corpo a partir da década de 1970.

FICHA TÉCNICA: Contém dados referentes a um fonograma ou *album*. Inclui nome do *produtor musical, técnicos de gravação, engenheiros de som, masterizadores, músicos* (e os respectivos instrumentos executados por eles durante a gravação), autores, data e local de gravação, data e local de *mixagem*, data e local de *masterização*, *ISRC*, nome dos *produtores executivo e fonográfico*.

FITA MATRIZ: Conjunto de *fonogramas* agrupados em suporte determinado com a finalidade de servir de matriz para múltiplas cópias.

FLAC: Sigla para *Free Lossless Audio Codec*. Padrão de compressão sonora desenvolvido por Josh Coalson que permite a compressão de áudio com perdas menores do que as existentes nos arquivos de *MP3*. Adotado, principalmente, por *AUDIÓFILOS*.

FLV: Padrão de compressão de vídeo desenvolvido pela empresa norte-americana Adobe, adotado em sites de *video on demand (stream)* como You Tube e Myspace. A sigla FLV significa “*Flash Video*”.

FONOGRAMA: Termo utilizado na *Indústria Musical* para designar toda e qualquer música (vocal ou instrumental) gravada. Qualquer som gravado independente do formato (físico e/ou digital).

FORA DE CATÁLOGO: Obra musical com tiragem esgotada.

FTP: Sigla para *File Transfer Protocol* (“Protocolo de Transferência de Arquivos”). Sistema utilizado para *upload* de arquivos digitais.

FX: Sigla para *effect* e/ou *sound effect* (do inglês, “efeito sonoro”).

G

GUIA DE RÓTULO: Ficha obrigatoriamente enviada a prensadoras industriais (no caso de álbuns físicos) ou distribuidores digitais (no caso de álbuns físicos e/ou *digital releases*) para *replicação* e/ou distribuição. Contém: nome do selo e/ou gravadora, nome do álbum, nome do artista, data e local de lançamento, indicação de editores musicais (caso não existam, é preenchido com a palavra “direto” – que significa sem intermediários entre o artista / selo / gravadora e o prensador e/ou distribuidor digital), relação dos *fonogramas* componentes da obra (incluindo título, autores e duração – em minutos e segundos, e *ISRC* de cada *fonograma*). As prensadoras e distribuidores digitais não aceitam trabalhos que não contenham *ISRC*. Além disso, é exigido assinatura de documento que comprove que o material que está sendo submetido não infringe direitos autorais.

GRAVADORA: Nome genérico dado às empresas que produzem, promovem, distribuem e comercializam obras musicais.

GRAVINA: Gíria utilizada no meio musical para referir-se a uma *seção de gravação*.

GROOVE: Similar ao *sample*. Estrutura polifônica baseada em um único compasso ou em um conjunto de alguns compassos, passível de repetição. Paradigma rítmico polifônico.

GRUNGE: Estilo musical e comportamental surgido na década de 1990 nos EUA. Mistura elementos do *punk*, do *rock* e do *hard rock*. Seu ícone máximo é a banda de Seattle (EUA), Nirvana.

GIG: Gíria utilizada entre os *DJs*. Significa o mesmo que apresentação, show, concerto, performance.

H

HACKER: Pessoas com conhecimento de programação de computadores que elaboram e modificam *softwares* e *hardwares*, seja desenvolvendo funcionalidades novas, seja adaptando as antigas.

HIT: Fonograma com alto potencial comercial e promocional.

HIT SINGLE: Também conhecido como “música de trabalho” (nos anos 1960 como compacto), contendo duas faixas consideradas potencialmente vendáveis. Utilizado, também, como material promocional pelos *divulgadores* da *gravadora*.

HOME-STUDIO: Estúdio de áudio doméstico que utiliza o computador como ferramenta produtiva, realizando trabalhos em caráter amador, semi-profissional e profissional.

I

IMAGEM ESTÉREO DO SOM: Ajuste e equilíbrio dos sons em um *fonograma* utilizando-se os controles de *VOLUME*, *PAN* e *EQ*. Pode ser feita, também, em ensaios e/ou apresentações ao vivo. Espacialização virtualizada 3D do som em ambiente 2D (estéreo).

INDIE: Nome dado ao grupo de *gravadoras* e artistas que trabalham no mercado *underground*. Sinônimo de independente.

INDÚSTRIA FONOGRÁFICA: Também conhecida como “Indústria do Disco” (em alusão aos discos de vinil) e/ou “Indústria Musical”. Engloba todos os atores sociais envolvidos na produção, promoção, circulação e comercialização de obras musicais. Os artistas, quando contratados por uma *MAJOR* ou *SELO MUSICAL* também fazem parte desta categoria.

INTERFACE: Dispositivo utilizado para promover a mediação entre as informações, as máquinas e os homens.

INTERNAUTA: Aquele que navega na internet.

ISRC (*International Standard Recording Code*): Similar ao CPF (Cadastro de Pessoa Física), confere um código único que distingue um *fonograma* dos demais no mundo. É gerado pelo *Produtor Fonográfico*. É utilizado para comercializar os *fonogramas* e para recolher direitos autorais por execução pública. Seu formato padrão é:
país de origem-produtor fonográfico-ano-numeral.

Exemplo: BR-WVM-06-00005

[1] [2] [3] [4]

[1] BR = Brasil

[2] WVM = Produtor Fonográfico Wav Label

[3] 06 = Gerado no ano de 2006

[4] 00005 = Quinto fonograma gerado no ano de 2006

Portanto, a leitura ocorre da seguinte forma: O referido *fonograma* foi gerado no Brasil (BR), pelo produtor fonográfico Wav Label (WVM), no ano de 2006 (06), sendo este o fonograma de número 5 (00005) gerado no ano de 2006.

L

LICENCIAMENTO: Corresponde a liberação contratual para utilização de um *fonograma* (ou um grupo deles) em qualquer projeto fonográfico (inclusão em uma coletânea, lançamento em outro país, etc). Pode ocorrer mediante pagamento de valor fixo, percentual sobre vendas ou sem custo incidente.

LIVE ACT: Performance executada por um DJ sem acompanhamento de músicos tocando ao vivo.

LIVE PA: Performance executada por um DJ acompanhado de um ou mais músicos tocando ao vivo.

LOOP: Pequeno fragmento de fonograma passível de repetição, gerando-se um padrão rítmico-harmônico-melódico através dessa repetição. Pode ser uma batida de bateria, um acorde de guitarra, uma melodia, um trecho vocal ou um ruído.

LP (*Long Play*): Formato predominante de lançamento das obras musicais, amplamente explorado nas décadas de 1950 até 1993. Também conhecido como disco de vinil, comportava vinte minutos de gravação de cada lado (LADO A e LADO B), totalizando quarenta minutos. Disco de 12 polegadas.

M

MAINSTREAM: Indústria Musical de Massa. Atualmente, este mercado encontra-se na mão de apenas quatro grandes grupos (SONY, EMI, WARNER e UNIVERSAL). Também conhecido como *majors*. Seu oposto é o *underground*. Espaço aonde atuam as grandes estrelas da música.

MAJORS: Nomenclatura utilizada para fazer referência ao grupo dominante de gravadoras que atuam em escala mundial. Em 2010, fazem parte desse conglomerado os grupos SONY, EMI, WARNER e UNIVERSAL. Seu oposto é o *indie*.

MANAGER: Empresário artístico responsável pela carreira do artista (contratos, cachês, shows, marketing, publicidade e propaganda).

MAQUIAGEM SONORA: Manipulação do som com finalidade estética e conceitual.

MASHUP: Colagem / sobreposição de *fonogramas* (principalmente antagônicos quanto à proposta estética e artística). Pode envolver de dois até vários *fonogramas*.

MASTERIZADOR: Profissional especializado em *masterização*. Tarefa normalmente executada por *engenheiros de som*.

MASTERIZAÇÃO: Processo realizado pelo *masterizador* no qual se utilizam equipamentos analógicos e digitais (além de *softwares*) para equilíbrio entre as faixas de um *album* e, eventualmente, aquecimento do som e/ou incremento de *punch*. Os recursos básicos utilizados englobam *EQ*, *PRÉ-AMP* e *COMPRESSOR*.

MIDI: Sigla para *Musical Instrument Digital Interface* (“Interface Digital para Instrumento Musical”). Padrão de comunicação (linguagem de programação) de dados criado em 1983 que permite a comunicação entre o computador e instrumentos musicais (e, ainda, a comunicação de instrumentos musicais eletrônicos entre si).

MIXAGEM: Distribuição e equilíbrio dos sons dentro de uma gravação. (ver *IMAGEM ESTÉREO DO SOM*)

MIXER: Conhecido também como Mesa de Som. Equipamento de áudio que permite que sejam ligados vários instrumentos, microfones ou outros dispositivos sonoros (toca-discos, *CD players*, etc) de modo simultâneo e independente. Possui entradas e saídas múltiplas, possibilitando ajustes independentes por canal. Em cada canal é possível controlar-se *VOLUME*, *PAN* e *EQ* de forma autônoma. Utilizado em gravações e apresentações ao vivo.

MIXTAPE: Formato popular na década de 1980. Consistia na gravação de seleções musicais (normalmente com temática comum como estilo musical, proposta artística, etc). As faixas eram gravadas comumente sem espaço em branco (ao final de uma, começava a outra) dando a impressão de continuidade. As *mixtapes* eram produzidas de forma artesanal (“produza e copie você mesmo”) e copiadas e distribuídas “boca a boca”. O meio adotado era a fita cassete (K7).

MONO: Abreviação de *MONOPHONIC SOUND*. *Fonogramas* gravados/reproduzidos em um único canal.

MP3: Sigla de MPEG 1 Layer-3. Padrão compressão de arquivos digitais de áudio estabelecido pelo *Moving Picture Experts Group* (MPEG), grupo de trabalho da ISO (*International Organization for Standardization*) responsável por desenvolver padrões para a compressão de áudio e vídeo digitais. Popularizou-se a partir de 1995. É o padrão de compressão mais utilizado atualmente.

MP4: Sigla para MPEG Layer-4. Padrão de compressão de arquivos digitais de áudio e vídeo popularizado pela empresa norte-americana Apple. Permite a acoplagem de *DRM* e utiliza algoritmo de compressão AAC (*Advanced Audio Coding*).

MULTI-INSTRUMENTISTA: Músico que tem habilidade e conhecimento para tocar vários instrumentos.

MULTIPISTA: Sistema de gravação popularizado a partir da década de 1960. Permite a gravação de duas ou mais *PISTAS DE GRAVAÇÃO* de forma independente, simultânea e não-linear, o que facilita ajustes e edições. Chamado, também de *multitrack*.

MÚSICA ELETRÔNICA: Fonograma que utiliza elementos sintéticos em sua composição estética. Pode, além destes, utilizar elementos orgânicos e/ou semi-orgânicos.

MÚSICA EXPERIMENTAL: Aquela criada sem preocupações estéticas para consumo popular (*estética do belo*) nem comerciais de massa, na qual a experimentação e a utilização de formas e texturas musicais não-convencionais são valorizadas.

MÚSICA POP: Classificação utilizada para denominar as expressões artístico-musicais criadas para consumo de massa e baseadas no paradigma base que rege o *mainstream*, atrelado ao grande consumo e *estética do belo*. Podem ser incluídos nessa classificação os estilos *rock*, música popular e música eletrônica, dentre outros.

MONITORES BALANCEADOS: Termo utilizado em produção musical para designar caixas de som que apresentam resposta fiel de som (alta fidelidade de som), sem distorções e com alto grau de precisão de graves, médios e agudos. Pode possuir um pré-amplificador integrado (sendo chamadas de Monitores Balanceados Ativos) ou não possuir pré-amplificador integrado (sendo chamadas de Monitores Balanceados Passivos).

N

NEO-MARCHANDS MUSICAIS: Termo proposto por Ticiano Paludo (2008) para designar aqueles atores sociais responsáveis pela comercialização, valorização e promoção das obras musicais na era da *arte atual*.

O

OUTTAKE: *Take* de gravação descartado ou *mixagem* alternativa utilizando *takes* descartados.

OVERDUBBING: Processo de gravação desenvolvido por Les Paul no final dos anos de 1940 pelo qual novos sons são adicionados a outros já gravados.

P

PAN: Abreviação de PANORAMA. Refere-se à espacialização do som. Parâmetro / controle que permite que sons sejam deslocados da esquerda (*left*) para a direita (*right*) e vice-versa em sistemas de som estéreo.

PICK-UP: Chamado também de “*turntable*”. Sinônimo de toca-discos e CDJs utilizados por DJs.

PIRATA: Aquele que se utiliza da reprodução técnica para gerar cópias não autorizadas com a finalidade de lucro ilícito.

PISTA DE GRAVAÇÃO: Canal independente por onde o som passa. Conhecido também como CANAL DE GRAVAÇÃO, PISTA DE ÁUDIO ou *track*.

PLAYLIST: Lista de reprodução de *fonogramas*.

PODCAST: Palavra originada da junção de iPod (*player* digital de áudio e vídeo da Apple) com a palavra BroadCAST (do inglês, “transmitir”). Em produção musical, trata-se de *fonograma* contendo música e narração, distribuído na internet. Permite que usuários (chamados de assinantes) sejam avisados quando um novo conteúdo é publicado na *web* através de sistema RSS (*Really Simple Syndication*).

PÓS-PRODUÇÃO: Etapa de finalização dentro de um projeto de gravação. Engloba ajustes, conferências e *masterização*.

PRÉ-AMPLIFICADOR: Equipamento utilizado em produção musical (similar ao *AMPLIFICADOR*) para gerar aumento de ganho de sinal de áudio. Também chamado de “*pré-amp*”.

PRÉ-MIX: *Mixagem* intermediária, realizada para testar o equilíbrio da *Imagem Estéreo do Som*.

PRÉ-PRODUÇÃO: Etapa inicial de um projeto de gravação. Etapa de planejamento na qual se decide o que será gravado, como será gravado, onde será gravado e porque será gravado. Envolve ensaios, produção de *demos*, planejamento de custos, definição de equipe, arranjo, escolha de estúdio e instrumentos, *repertório* e referenciais estéticas e técnicas. Estabelecem-se prazos e metas para o trabalho.

PRESSÃO SONORA: *Fonogramas* com alto impacto, principalmente de volume. Som forte, impactante. Sinônimo para *punch*.

PRINTSCREEN: Imagem da tela do computador obtida por meio de captura (como se fosse uma foto instantânea tirada da tela do computador utilizando o próprio computador como “máquina fotográfica digital”).

PRODUÇÃO: Etapa de execução dentro de um projeto de gravação. Referente ao ato de *gravar*, *mixar* e *masterizar*.

PRODUTOR EXECUTIVO: Responsável por questões envolvendo planejamento estratégico, custos, marketing, comercialização, circulação, promoção, publicidade e propaganda, *merchandising* e contratos (entre o artista e gravadora e entre a gravadora – representando o artista – e o mercado).

PRODUTOR FONOGRAFICO: Responsável pela produção industrial (cópias seriadas) das obras artísticas e pelo registro de *ISRC*.

PRODUTOR MUSICAL: Profissional na Indústria Fonográfica responsável por auxiliar os artistas a transformarem suas idéias musicais e estéticas em produtos finais acabados. Comumente confundido pelo público com o termo *manager* / empresário.

PROMO: Sigla utilizada na Indústria Musical para designar *álbuns* que contém entre dois e cinco *fonogramas* e são lançados com a finalidade de promover o artista e como instrumento construtor da imagem desse artista. Pode ser entendido, também, como similar ao *Hit Single*, porém, contendo quatro faixas.

PUNK: Movimento de contracultura surgido na década de 1970, baseado no lema “Faça Você Mesmo”.

PUNCH: Do inglês, “soco”. Referente à Pressão Sonora.

R

READY MADE: Conceito desenvolvido pelo artista dadaísta Marcel Duchamp. Técnica segunda a qual os objetos cotidianos eram deslocados de seu contexto, assumindo uma nova significação e convertendo-se em obras de arte, adquirindo propriedades auráticas.

REHEARSAL: Gravação de ensaio.

RELEASE: Também conhecido como *press-release*, refere-se a conteúdo de qualquer espécie (áudio, vídeo, texto, imagem) contendo informações de divulgação e promoção referente a espetáculos artísticos (teatro, dança, música) ou lançamento de obras artísticas (filmes, shows, exposições, *happenings*). Em outro contexto, pode significar lançamento de álbum, também chamado de *release day*.

RELEITURA: Nova interpretação de uma composição / canção, podendo ser realizada pelo próprio artista autor da obra ou por terceiros.

REMASTERIZAÇÃO: Repetição de um processo de *masterização* em obras previamente lançadas, partindo-se do material original de gravação em *multipista*. Pode, ainda, implicar em uma nova *mixagem*.

REMIX: Técnica de criação musical que se utiliza de recortes (*samples*) de *fonogramas* com a finalidade de conferir nova roupagem a *canções / composições* já existentes.

REMIXER: Profissional especializado em produção de *remixes*.

REPERTÓRIO: Conjunto de *canções* e/ou *composições* de um artista. Também chamado de obra musical. Pode significar, ainda, conjunto de *canções* e/ou *composições* selecionadas para serem executadas em uma apresentação ao-vivo. Pode ser utilizado também como referência ao conjunto global de obras produzidas por um produtor musical.

REPLICAÇÃO: Sinônimo de duplicação / prensagem industrial de várias cópias de um álbum.

RIPAR: Gíria utilizada atualmente para designar a ação de se extrair áudio e/ou vídeo de suportes físicos (CD, DVD) ou sites, para posterior acesso e/ou armazenamento pessoal em outro suporte (como, por exemplo, um HD – disco rígido de computador). O termo provém do inglês: *rip* significa “arrancar”.

S

SAMPLE: Amostra de trecho musical recortado de *fonograma*.

SAMPLER: Tocador de *samples*. Periférico que permite gravar e reproduzir sons e *samples* para serem utilizados em produções musicais.

SAMPLEAR: Ato de produzir *samples*.

SEÇÃO DE GRAVAÇÃO: Encontro de músicos, *técnico de gravação* e *produtor musical* em *estúdio* para realizar-se a gravação de um ou mais *fonogramas* (ou parte deles).

SEQUENCIADORES: Programas de computador e/ou periféricos passíveis de programação através da linguagem *MIDI* ou ativação via *teclado controlador*. Possibilita que notas sejam programadas para posterior execução por timbres diversos. Pode-se, por exemplo, programar uma melodia e fazer com que a mesma seja executada ora utilizando-se um timbre de piano, noutra um timbre de violino. Também conhecidos (em inglês) como *sequencers*.

SESSÃO DE GRAVAÇÃO: Reunião em *estúdio* de músicos, técnicos e produtores musicais para gravação, *mixagem* e finalização de *fonogramas*.

SET LIST: Conjunto de *fonogramas* selecionados para serem executados em uma performance / apresentação de um *DJ*. Seleção musical de um *DJ*. Seleção musical. Lista de músicas executadas/gravadas por um artista.

SELO MUSICAL: Gravadoras de médio e pequeno porte. Pode trabalhar em parceria com uma *major* ou ser um braço delas.

SHUFFLE: Também conhecido como *random* (“randômico”), é um recurso disponível em *players* digitais que “embaralha” a ordem de execução dos *fonogramas*, criando *playlists* aleatórias (também chamadas de randômicas).

SINTETIZADOR: Instrumento Musical Eletrônico projetado para gerar sons produzidos artificialmente através do processo de síntese sonora (criação artificial do som realizada por computador e/ou *chips* através de cálculos e algoritmos matemáticos). Chamado vulgarmente de “teclado”.

SOM QUENTE: Similar a “aquecer o som”. Sons encorpados e com *punch*, normalmente obtidos mediante os processos de *masterização* e *remasterização*. Conhecido também como “*warm sound*” ou “*hot sound*”.

SONS ORGÂNICOS: Refere-se aos sons gerados de forma não sintética. Nesta categoria, enquadram-se todos os instrumentos reais tocados por músicos reais (um guitarrista tocando uma guitarra, um baterista tocando bateria, um cantor cantando, e mais uma infinidade de possibilidades, como cordas, madeiras, metais, percussões, etc).

SONS SEMI-ORGÂNICOS: Também chamados de semi-artificiais ou semi-sintéticos; são aqueles gerados num primeiro momento de forma orgânica para, posteriormente, sofrerem manipulação digital por meio de interfaces via *software* ou via *hardware*, através de *maquiagem sonora*. Assim, possui características que o enquadram simultaneamente nos grupos orgânicos e sintéticos.

SONS SINTÉTICOS: Refere-se aos sons produzidos de forma artificial ou semi-artificial em sintetizadores ou com a utilização da tecnologia e da informática. Pode ser compreendido, também, como som simulado artificialmente através de *maquiagem sonora*.

SOUND COLOCATOR: Nomenclatura utilizada nos anos 2000 para descrever celebridades (atores, músicos, personalidades) que assumem o papel de um *DJ* em caráter amador ou semi-profissional.

SOUND DESIGNER: Antigamente chamados de “sonoplastas”, eram aquelas pessoas que atuavam no rádio, na televisão e no cinema com a finalidade de utilizar recursos sonoros (música, voz, silêncio e ruído) para auxiliar a construção de uma narrativa eletrônica (uma peça de rádio-novela, um programa de TV, um filme, etc). Atualmente, o conceito contempla esta função e se amplia. Hoje, o *SOUND DESIGNER* pode ser considerado um profissional completo que atua simultaneamente como sonoplasta e produtor musical atuando em qualquer projeto que necessite de áudio.

SPLIT: Prática comum de dividir um *LP*, *EP*, *CD* ou *digital release* entre duas ou mais bandas.

STARSYSTEM: Termo proposto por Edgar Morin (1972) para denominar a construção do artista-ídolo-mito que surge com a massificação do cinema nos anos de 1915-40. O foco de interesse e atenção são deslocados da obra para o artista (no caso, a estrela do cinema). Ele passa a ser o centro das atenções do público. Este sistema forneceu as bases para a construção mítica do ídolo-musical (estrela da música). Refere-se ao culto aos artistas.

STEREO: Abreviação de *STEREOPHONIC SOUND* (som estereofônico). Em português, som estéreo. *Fonogramas* gravados/reproduzidos em dois canais (L+R), ou seja canal esquerdo (L=*Left Channel*) e canal direito (R=*Right Channel*). Permite espacialização do som e simulação de 3D (som tridimensional) em 2D (L+R).

STREAM: Sistema que permite que arquivos digitais (podem ser de áudio ou de vídeo) estejam disponíveis para acesso direto sem a necessidade de que se faça o *download* dos mesmos. Também conhecido como sistema *on-demand*.

T

TAKE: O *take* pode ser entendido como tentativas sucessivas de gravação de um *fonograma* (gravação ao vivo) ou partes dele (gravação *multipista*, instrumentos isolados ou grupos deles). Os *takes* musicais são numerados de forma sequencial. Os *takes* que conseguem capturar as melhores performances são utilizados na obra musical final. Os demais são descartados (*outtakes*). Atualmente é comum artistas lançarem álbuns *deluxe* ou *box set* contendo *mixagens* diferentes das originalmente lançadas utilizando *outtakes*. Estes álbuns costumam vir acompanhados da expressão *outtakes*, *sessions* (referente às sessões de gravação) ou *alternate* (referente à mixagem alternativa realizada com *outtakes*).

TÉCNICA (sala): Sala de um *estúdio* aonde se localizam os equipamentos de gravação, *mixagem* e *masterização*. Também conhecido como Sala de Controle ou *Control Room*.

TÉCNICO DE GRAVAÇÃO: Profissional com conhecimentos técnicos sobre operação de equipamentos analógicos, digitais, *softwares* e técnicas de gravação e produção musical. Podem ser do tipo *free-lancer* ou contratados de *estúdios de gravação*.

TECLADO CONTROLADOR: Periférico similar a um teclado comum, porém não possui gerador timbral (sons internos). Pode apresentar uma ou várias oitavas. Diferente de um teclado comum, possui sensibilidade ao toque e controle de parâmetros como timbre, volume e equalização. Através da linguagem *MIDI*, permite a execução de notas para serem posteriormente tocadas por um *sequenciador*, *sampler* ou *VSTi*.

TOC (*Table of Content*): Metainformações utilizadas em mídias como o CD (*compact disc*) ou o MD (*mini-disc*) para facilitar o acesso aos *fonogramas*. Indica ao *player* a posição física das gravações, o que possibilita acesso direto às mesmas. Pode conter, ainda, informações como nome do artista, nome da obra, nome das faixas, ordenação das faixas, duração das faixas, código de ISRC de cada faixa e intervalo de tempo entre a execução de uma faixa e outra.

U

UNDERGROUND: Indústria Musical de Nicho. Designação dada aos artistas independentes. Seu oposto é o *mainstream*.

UNSIGNED ARTISTS: Artistas que não possuem vínculos com *selos* ou *majors*.

UPLOAD: Do inglês, “descarregar”. Termo utilizado para o denominar o processo de envio de arquivos digitais do computador para a internet.

V

VERDADE ARTÍSTICA: Proposta estética e conceitual de um trabalho artístico. Deve ser nata e jamais forjada.

VERSÃO: Criação na qual mantém-se o arranjo original e muda-se o idioma, procedendo-se uma adaptação da letra, mantendo-se a métrica na melodia similar ao original. A melodia vocal também deve ser mantida. Em se tratando de música instrumental (composição) ao invés de um *versão*, tem-se uma *releitura*. Também pode significar material autêntico (*versão original*) ou nova sonoridade e estética (*versão acústica*, *versão instrumental*, *versão vocal*, *versão acapella*).

VIDEO RELEASE: *Release* em formato de vídeo.

VJ: Sigla para “vídeo-joquei”. Denominação dada aos profissionais responsáveis pela manipulação (em tempo real) ao vivo de vídeos em eventos.

VOLUME: Intensidade do som; altura em decibéis (unidade de medida musical). Sinônimo de *punch*.

VSTi: VST é uma sigla para *Virtual Studio Technology* (“Tecnologia para eStúdio Virtual”). Interface desenvolvida pela empresa alemã Steinberg. O “i” significa “*instrument*” (instrumento). Trata-se de instrumentos virtuais, ou seja, *plug-ins* que emulam *samplers*, *sintetizadores* e *sequenciadores*.

W

WAV: Sigla para denominar formato de áudio desenvolvido pela empresa norte-americana Microsoft. Também conhecido em inglês como *Waveform Audio File Format*. A palavra “*wave*” em inglês significa “onda” (em referência às ondas sonoras). Em um *CDA*, os arquivos são gravados em 16bits e 44.1Khz. O similar em computadores Macintosh é o *AIFF*.

WMA: Sigla de *Windows Media Audio*. Padrão de compressão de áudio criado pela empresa norte-americana Microsoft. Permite que se acople um dispositivo de *DRM*.