

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO CULTURA E SOCIEDADE

MARCOS RAMON GOMES FERREIRA

O PRODUTOR-ARTISTA E A CIBERCULTURA:

uma reflexão sobre a produção musical
na era das redes sociais virtuais

Orientador: Prof. Dr. Norton Figueiredo
Corrêa

**São Luís
2011**

MARCOS RAMON GOMES FERREIRA

O PRODUTOR-ARTISTA E A CIBERCULTURA:

uma reflexão sobre a produção musical
na era das redes sociais virtuais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade – Mestrado Interdisciplinar – da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) como requisito parcial para a conclusão do Mestrado.

Orientador: Prof. Dr. Norton Figueiredo Corrêa

São Luís

2011

Ferreira, Marcos Ramon Gomes.

O produtor-artista e a cibercultura: uma reflexão sobre a produção musical na era das redes sociais virtuais. – Marcos Ramon Gomes Ferreira. – São Luís, 2011.

162 f. : il.

Impresso por computador.

Orientador: Prof. Dr. Norton Figueiredo Corrêa.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Maranhão, Mestrado em Cultura e Sociedade, 2011.

1. Cibercultura 2. Redes sociais. 3. Música. I. Título.

CDU: 008:78.05

MARCOS RAMON GOMES FERREIRA

O PRODUTOR-ARTISTA E A CIBERCULTURA:

uma reflexão sobre a produção musical
na era das redes sociais virtuais

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade – Mestrado Interdisciplinar – da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Área de concentração: Cultura e Sociedade.

Aprovada em 09 de Dezembro de 2011

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Norton Figueiredo Corrêa – UFMA (Orientador)

Prof. Dr. Jeferson Francisco Selbach - UNIPAMPA/RS

Prof. Dr. José Fernando Manzke - UFMA

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer especialmente à minha esposa, Gisele Brasil,
pela inspiração, carinho e apoio constantes.
Não conseguiria realizar nada sem a sua presença em minha vida!

Ao meu filho Arthur, pela alegria e vontade de viver
que me dão força para almejar mais sonhos.

À minha família, pelo incentivo em toda a minha vida pessoal e acadêmica.

Ao professor Dr. Norton Côrrea,
pela orientação cuidadosa neste trabalho.

Aos professores do PGCULT,
pelos debates enriquecedores na trajetória do Mestrado.

Aos meus amigos músicos,
que ainda me fazem acreditar que a música é essencial à vida.

RESUMO

Análise da produção musical e suas estratégias de divulgação a partir da utilização das redes sociais virtuais. A proposta é investigar as ações dos artistas-produtores que estão inseridos no âmbito da cibercultura. Para tanto, analiso os conceitos pertinentes ao ciberespaço e sua relação com a música produzida a partir da utilização da tecnologia digital. Investigo também a questão do consumo e das identidades na *internet*, na procura de um mapeamento dos interesses que prevalecem no ciberespaço. Defino as redes sociais na *internet* e aponto seus elementos essenciais. Utilizo nesta pesquisa, prioritariamente, o método etnográfico adaptado ao ambiente online, juntamente com a análise das redes sociais. Investigo e analiso os discursos de músicos que se apropriaram, em suas trajetórias de trabalho com a música, das circunstâncias específicas da tecnologia digital e do ambiente online como forma de atuação. Avalio os discursos e procuro extrair conclusões viáveis que possibilitem uma compreensão do fenômeno da produção musical na era da *internet*.

Palavras-chave: Cibercultura. Redes Sociais. Produção musical.

ABSTRACT

Analysis of musical production and its dissemination strategies from the use of social networking. The proposal is to investigate the actions of artists-producers that are within the scope of cyberculture. For this, I analyze relevant concepts to cyberspace and its relationship with the music produced from the use of digital technology. I also investigate the issue of consumption and identities on the Internet, in search of a mapping of the interests that prevail in cyberspace. I define social networks on the internet and point out its essential elements. I use in this research, as a priority, the ethnographic method adapted to the online environment, together with the analysis of social networks. Investigate and analyze the speeches of musicians who have appropriated, in the course of their work with music, the particular circumstances of digital technology and the online environment as a way of acting. Evaluate the speeches and try to draw viable conclusions that enable a understanding of the phenomenon of musical production in the Internet age.

Key-words: Cyberculture. Social Networking. Musical production.

Lista de Ilustrações

Figura 1 – Divulgação do <i>software Drum Meister</i> para <i>Iphone</i>	19
Figura 2 – <i>Site Muxtape</i>	36
Figura 3 – Interface do <i>site Inudge</i>	39
Figura 4 – <i>The Wilderness Downtown</i>	44
Figura 5 – Clipe “We Used to Wait” do <i>Arcade Fire</i>	45
Figura 6 – Interação com o clipe	46
Figura 7 – Canal de divulgação do <i>Mystery Guitar Man</i> no <i>Youtube</i>	47
Figura 8 – O <i>site TakingITGlobal</i>	51
Figura 9 – <i>Printscreen</i> do <i>site</i> da banda <i>Radiohead</i>	70
Figura 10 – Perfil de Rafael Castro no <i>site Last fm</i>	109
Figura 11 – Chamada para contribuição para turnê de Rafael Castro	110
Figura 12 – Notícia em <i>site</i> da <i>internet</i> sobre a campanha promovida por Rafael Castro.....	111
Figura 13 – Comentários à entrevista de Rafael Castro.....	117
Figura 14 – Resposta de Rafael Castro aos comentários	118
Figura 15 – <i>Blog</i> www.osmunumentais.blogspot.com	122
Quadro 1 – Elementos das Redes Sociais Virtuais	98

SUMÁRIO

Introdução.....	8
1. Música, tecnologia e cibercultura.....	18
1.1 A transformação da música.....	19
a) Música, corpo e oralidade	20
b) Música e tecnologia digital	26
1.2 Ciberespaço	40
a) Interconexão e inteligência coletiva	49
b) Espaço virtual.....	55
2. Consumo e negociação de identidades na <i>internet</i>.....	58
2.1 Um novo mundo do consumo	62
2.2 Identidade e imersão online	75
3. Redes sociais e o sonho da audiência planetária	79
3.1 Redes e paradigmas	79
3.2 Redes sociais na <i>internet</i>	87
3.3 Elementos das redes sociais na <i>internet</i>	91
3.4 Questões de método	99
3.5 Uma pessoa só: criador, produtor, ouvinte.....	106
Conclusão	128
Referências	133
Glossário.....	138
Apêndice – Entrevistas transcritas	141
Anexos – <i>Printscreens</i> de páginas da <i>Internet</i>.....	156

INTRODUÇÃO

Em um país qualquer, em uma cidade qualquer, deve haver exatamente agora um músico trabalhando na divulgação do primeiro disco de sua nova banda. Esse músico, em uns dois ou três dias, pode ter conseguido fazer com que, aproximadamente, dez mil pessoas ficassem sabendo deste novo produto. Destas dez mil que já sabem do disco, umas duas mil fizeram o *download*¹ do disco em casa e depois de ouvi-lo trataram de espalhar notícias para outras pessoas sobre suas impressões a respeito desta nova banda. E estes mais novos ouvintes, espontaneamente, continuaram o trabalho de repasse da informação para seus conhecidos. Este processo continua em série e, em menos de um mês, mais de trinta mil pessoas em todo o mundo já efetuaram o *download* do disco novo desta banda e podem estar escutando suas músicas em seus *iphones* exatamente agora.

O mais interessante é que, contrastando com o que é feito pela indústria fonográfica, muito pouco foi gasto para conseguir estes trinta mil ouvintes. Basicamente o líder da banda gerenciou um perfil no *MySpace*, fez contatos com muitas bandas, comentou e indicou seu trabalho em *blogs* e fóruns especializados na *internet* e deixou que os próprios ouvintes tratassem de fazer o resto do trabalho. Foi um trabalho exaustivo, é verdade. Dias e noites conectado, enviando *e-mails*, indo de *blog* em *blog*, de fórum em fórum, durante horas a fio na *internet*, para conseguir um resultado como este. Claro que nada disso aconteceria também se o disco em questão não tivesse nenhuma qualidade. Mas o fato é que o gasto com a divulgação foi principalmente o cansaço físico e a conta de energia que ainda vai chegar.

Mas temos ainda outro dado curioso: todas as músicas foram compostas, gravadas e produzidas pelos integrantes da banda. E tudo foi gravado na casa de um deles, utilizando um computador caseiro e *softwares* de

¹ Existem muitos termos utilizados na internet que não são usualmente traduzidos para o português. Um exemplo é a palavra *download*, que é utilizada para designar o ato de transferir um arquivo de um servidor conectado na rede mundial de computadores para um computador de um usuário. Nesta dissertação optei por grafar os termos em língua inglesa e os que representem neologismos em itálico. Aqueles já incorporados à língua portuguesa, como “internet”, serão grafados normalmente. Para explicar alguns termos mais técnicos ou incomuns criei um glossário no final do trabalho. Com isso pretendo não encher o texto com notas explicativas excessivas.

gravação e edição de áudio *baixados* na *internet*. Como todo o conteúdo foi postado pela própria banda diretamente na *internet*, nenhum *cd* foi prensado, nenhuma capa foi impressa e nenhum tostão foi gasto com correios para o envio do álbum para os ouvintes. Tudo foi feito virtualmente.

O único problema é que apesar do sucesso instantâneo na *internet*, os integrantes desta nova banda ainda não sentem que estão ganhando dinheiro com a música. Efetivamente, eles até colocaram um *link* para que os ouvintes pagassem pelo disco, contribuindo com a quantia que quisessem depois de *baixá-lo*. Mas dos trinta mil que fizeram *downloads* apenas seis pagaram alguma coisa, e não foi muito...

Esta situação hipotética representa um pouco do novo panorama da música e de seu comércio no mundo em que vivemos. No entanto, é difícil ainda, para a sociedade como um todo, compreender a dimensão das possibilidades que a *internet* e a tecnologia como um todo vêm nos proporcionando. De fato, vivendo dia a dia em meio a uma crescente ampliação dos recursos tecnológicos, das novas formas de abordagem midiática e da difusão do conhecimento e da informação, parece natural e comum a relação de cada um com a tecnologia.

Mas penso que esta naturalidade com que se encara a atual revolução tecnológica é muito mais fruto de um imperativo do que de um processo de reflexão. E por acreditar que essa reflexão não pode ser desprezada é que resolvi empreender esta pesquisa no mestrado.

Mas qual o objetivo desta pesquisa? O que procuro aqui, como objetivo geral, é investigar a produção musical a partir da utilização das tecnologias digitais, considerando as implicações das novas formas de produção e difusão da música através das redes sociais virtuais no Brasil.

Além disso, desejo atingir três objetivos específicos: discutir o conceito de cibercultura e sua relação com a produção musical, analisar os discursos dos produtores-artistas sobre o uso da tecnologia digital e observar e analisar a interação entre os produtores-artistas e os usuários consumidores dentro das redes sociais virtuais.

Esses objetivos se configuram como motivadores naturais. Mas, para além deles, outro fator que influenciou minha investida nesta pesquisa foi a minha formação como músico e como professor de filosofia.

Como músico, tenho utilizado as redes sociais virtuais de forma constante, acompanhando as produções de outros músicos e divulgando as minhas próprias. Imerso neste processo sempre tive dificuldade de compreender o que eu próprio fazia, mas me incomodava principalmente o fato de que, por mais natural que se afigure este domínio do tecnológico na relação entre músicos e ouvintes, estão ocorrendo mudanças demais em pouquíssimo tempo e não tenho certeza se as pessoas que estão vivendo estas transformações procuram avaliar se elas são importantes ou não.

Não estou dizendo que vejo o que ninguém vê. Estou apenas afirmando que me incomoda o fato de que, pela minha experiência, poucos questionam o óbvio. Esse incômodo com a naturalidade e obviedade da realidade eu herdei, certamente, de minha formação como filósofo. Em geral, as pessoas concebem a filosofia apenas como um conjunto de sistemas explicativos sobre os mais diversos temas, mas assim se esquecem que toda filosofia se propõe a pensar o mundo em que vivemos.

Ou, mais do que isso. Existe uma tendência, de parte dos especialistas em filosofia, em reduzi-la a mero conhecimento historiográfico. Assim, a impressão que o público em geral possui é que a única tarefa da filosofia hoje é refletir sobre o que já foi produzido. E então é deixada de lado uma premissa básica da filosofia, que está presente no conceito dado por André Comte-Sponville: “Filosofar é pensar nossa vida e viver nosso pensamento” (COMTE-SPONVILLE, 2002, p.17).

Dentre os muitos conceitos de filosofia existentes (e existem quase tantos conceitos quanto são os filósofos!) considero este o mais essencial, por tocar em um ponto chave, que é a possibilidade de cada ser humano poder refletir sobre sua vida e sobre os problemas de seu mundo. Não é a especialização acadêmica que me faz filosofar. Filosofar é uma característica da natureza humana.

Quando as instituições acadêmicas reduzem a filosofia à mera reprodução de ideias de outros autores, quando a filosofia se torna só história

da filosofia, estas instituições passam a formar professores e pesquisadores que se esquecem que Platão, Descartes, Kant, Nietzsche, Sartre, e tantos outros, pensaram e refletiram sobre sua época. A hiperespecialização acadêmica determina que a tarefa do filósofo de hoje é refletir e produzir conhecimento sobre o que já foi construído. Considero isso um erro. Por isso, a atitude originante desta pesquisa é a mesma que moveu os primeiros seres humanos a filosofar: o espanto, a admiração diante da realidade.

Cresci num ambiente cultural bem diverso deste em que vivemos hoje. Quando adolescente eu tomava conhecimento dos lançamentos mais recentes da música através das publicações que comprava em bancas de jornal. Às vezes para possuir um disco raro era necessário negociar os meus em troca daqueles que ninguém mais tinha. Outras vezes tive que esperar tocar a música que eu queria ouvir no rádio e gravar em uma fita cassete para poder tê-la à minha disposição.

Eu tinha contato com a música independente através dos *fanzines*, onde alguns ativistas da música independente comentavam lançamentos que não faziam parte da grande indústria e vendiam fitas com gravações caseiras destes grupos. Era um mundo diferente, certamente, mas isto faz apenas quinze anos. Efetivamente não é muito tempo, mas a própria concepção de tempo está modificada pela relação da sociedade atual com a tecnologia. Com o crescente avanço e barateamento da tecnologia digital fui me aproximando das novas possibilidades que apareciam.

Hoje os *fanzines* xerocados praticamente não existem mais, é possível *baixar* qualquer tipo de música na *internet*, e temos acesso aos mais novos lançamentos antes mesmo de chegarem às lojas. Não sei se isso é melhor ou pior e não quero me dar a tarefa de investigar tal questão. O que há por trás disso, o que acontece para além do óbvio, compreender os anseios das pessoas (e os meus próprios), é o que me interessa.

Num primeiro momento a minha busca me aproximou dos textos de Pierre Lévy. Em seu livro “Cibercultura” Lévy (1999) adota uma postura otimista em relação a esta revolução tecnológica e suas possibilidades. O autor reconhece o ciberespaço como um ambiente ocupado por jovens que têm muitos interesses e que encontram muitas condições de criar e divulgar sua

produção em uma escala mundial sem precedentes. Tal fato não pode ser ignorado e representa um momento importante de distanciamento das formas padronizadas da mídia, apontando para uma liberdade maior na produção e divulgação de produtos.

Lévy ressalta também a importância de reconhecermos um novo espaço de comunicação, em escala efetivamente mundial, em que cada cidadão pode se envolver diretamente e com resultados bem diferentes da antiga relação que tínhamos com os jornais impressos, com o rádio e com a televisão. A partir destas premissas Lévy desenvolve sua análise no livro anteriormente citado e em outros livros, sempre considerando os aspectos mais positivos desta relação com a tecnologia.

Essa leitura otimista da cibercultura me levou a outras questões. Por exemplo: estes aspectos positivos de liberdade na criação e independência crescente em relação à indústria não implicariam em uma desvalorização da produção difundida através da *internet*? Ou seja, uma quantidade excessiva de produção não nos leva a uma banalização desta mesma produção?

Além disso, não seria possível afirmar com certeza que a produção livre implicaria em processos mais eficientes do que aquilo que a indústria vinha fazendo durante todo o século XX. Afinal de contas, os músicos não têm (pelo menos até agora) como mapear o alcance de sua produção na *internet* e não existem estratégias eficazes para transformar esse alcance de público irrestrito em algo lucrativo. Por outro lado, muitos chegaram à conclusão de que essa divulgação sem limites proporciona outras possibilidades de lucro, como nos *shows*. Além disso, tornar-se conhecido na *internet* gera prestígio e credibilidade diretamente com o público consumidor, sem intermediários.

No exemplo hipotético que utilizei, a banda se vê diante de um grande número de *downloads* e diante de um pequeno número de contribuições. É o que provavelmente ocorreria com uma banda nova, mas a banda inglesa *Radiohead* utilizou esta mesma metodologia de venda para o seu álbum *In Rainbows* e conseguiu um relativo sucesso comercial. Mas por que isto deu certo?

Na minha interpretação isso ocorreu, possivelmente, porque o *Radiohead* já era uma banda mundialmente conhecida, que fez parte de uma

grande gravadora por muito tempo e que tinha um público cativo habituado a comprar seus produtos. Existem então condições de igualdade e liberdade na *internet* para os novos músicos e para os músicos da indústria? Ou quem faz sucesso na *web* são aqueles que contam com o apoio das gravadoras? Estas são questões difíceis de responder, porque podemos encontrar exemplos que mostram os dois lados. Mais importante, então, do que responder uma questão como essa, me parece ser refletir sobre as implicações sociais e culturais destes novos tipos de relação de produção e consumo.

Sendo assim, uma motivação relevante para estruturação desta pesquisa foi tentar pensar o problema a partir do lugar do músico, um músico que não é mais só um compositor e instrumentista, mas é também um produtor e relações públicas de seu próprio trabalho. Falamos, portanto, de um músico que decide timbres e técnicas utilizadas na gravação, escolhe instrumentos, formas de captação dos sons, define equipamentos e *softwares* para a gravação e edição, elabora estratégias de *marketing*, lida com o público etc.

As perguntas que lancei anteriormente representam provocações que me colocaram diante da difícil tarefa de tratar um tema complexo, sem a possibilidade de um distanciamento efetivo, pois vivo neste mundo tecnológico e tenho, como muitos, minhas opiniões, impressões e angústias sobre ele. Assim, da mesma maneira que não intenciono uma neutralidade ou impessoalidade também não pretendo fazer desta pesquisa um palco para as minhas opiniões.

Por conta disto, foi necessário atingir uma certa diversidade de leituras, que envolveram autores como Pierre Lévy (1999), André Lemos (2001), Fernando Iazzetta (2009), Lúcia Santaella (2003), Júlio Medaglia (2008), Edgar Morin (2005), Adriana Amaral (2009a) e Henry Jenkins (2009), dentre outros.

A partir destes estudos percebi que a relação entre cibercultura e os artistas produtores no campo da música não é tema constante. Lévy (1999) aborda a questão da música em seu livro “Cibercultura”. Mas o capítulo em questão, intitulado “O som da cibercultura”, se dedica muito mais a uma análise da música *tecno* e da característica de hipermídia desta produção musical que procura recombina fragmentos existentes na composição de algo novo.

Existem também muitos trabalhos acadêmicos na área como, por exemplo, a dissertação de Cláudio Souza (2003) intitulada “Música eletrônica e cibercultura”. Mas aqui o foco está na cultura do DJ e não na perspectiva de caracterização do produtor-artista em música. Outra iniciativa interessante é o livro “O futuro da música depois da morte do CD”, organizado por Perpétuo e Silveira (2009), que é um livro publicado em ambiente *online* e que traz artigos de vários pesquisadores de todo o Brasil sobre temas ligados ao comércio da música e seus suportes, sejam físicos (vinil, *cd*) ou virtuais (*mp3*).

No entanto, existe algo que não foi tratado abertamente por outros autores. Falo de uma abordagem da questão da cibercultura à luz das experiências dos músicos que produzem e divulgam suas obras pela *internet*. Essa reflexão sobre a influência das redes sociais e da tecnologia digital no fazer artístico dessa nova geração de músicos, salvo engano, é ainda uma lacuna na área.

Esta pesquisa depende, portanto, de um aparato teórico já construído e que deverá ser assimilado e adaptado à circunstância do problema aqui proposto. Mas ainda que exista uma literatura relacionada constituída, uma análise da relação entre o uso da tecnologia digital dirigida para a música e a participação dos músicos nas redes sociais virtuais jogando luz sobre os produtores e não sobre os consumidores, não é um tema comum entre os pesquisadores. Sendo assim, ainda que esta pesquisa não represente uma descoberta única, ela pressupõe um trabalho importante de construção e não só de apropriação de conceitos já estabelecidos.

Eis, portanto, o que me propus a fazer. No entanto, não estava claro qual suporte metodológico poderia me ajudar neste processo. E, quando procurei, encontrei três caminhos diversos, mas que confluem de certa maneira.

O primeiro se referia à minha área de formação, que determina tanto a postura que tenho diante do mundo, como a relação que possuo com a música e com o trabalho docente: a filosofia. Mas uma filosofia empírica e não a filosofia técnica, conceitual, que se afasta da concretude dos problemas abordados, como mencionei anteriormente.

Lembro-me aqui de Schopenhauer (2001) que alegava fazer uma filosofia a partir dos fatos e considerava que mesmo a metafísica só poderia atingir seu fim se partisse da realidade, dos exemplos do cotidiano, para só então efetuar generalizações. Assim, munido deste pensamento, procuro evitar proposições e formulações *a priori*, pois realmente acredito, como Schopenhauer, que as soluções para nossas questões só podem ser encontradas de maneira descritiva, através da observação do que efetivamente acontece e não a partir de abstrações do que deveria acontecer ou do que poderá acontecer.

É neste sentido que me ligo ao segundo caminho dos três que propus a apresentar, um caminho indicado por meu orientador e que se refere à natureza desta pesquisa. Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, é necessário considerar os fatos a partir de histórias de vida, de experiências reais, de observações.

Para tanto foi necessário entrar em contato com músicos que se encaixassem nas características desta investigação, ou seja, músicos que se utilizam da tecnologia digital para produzir e difundir seus trabalhos, e procurar reconhecer em seus discursos e trajetórias elementos importantes para a discussão que decidi realizar.

Além disto, foi importante o contato com estes músicos também para observar suas práticas *online*, através das redes sociais e de suas relações com aqueles que consomem seus produtos. Também procurei observar suas falas a respeito do fazer artístico e suas angústias e percepções sobre a indústria e tecnologia, às vezes latentes em um *post* num *blog*, ou em uma discussão em um fórum na *internet*.

Aqui se encontra exatamente o terceiro ponto, que está ligado ao problema da utilização da *internet* como campo de estudo. Alguns autores têm utilizado os termos etnografia virtual ou netnografia para descrever o procedimento de investigação de fenômenos *online*:

A transposição dessa metodologia [etnografia] para o estudo de práticas comunicacionais mediadas por computador recebe o nome de Netnografia, ou etnografia virtual e sua adoção é validada no campo da comunicação pelo fato de que “muitos objetos de estudo localizam-se no ciberespaço” (MONTARDO & ROCHA, 2005, p. 01) e

demandam instrumental apropriado para sua análise. Assim, a partir de um determinado entendimento inicial, observamos a netnografia como um dos métodos qualitativos que amplia o leque epistemológico dos estudos em comunicação e cibercultura. (AMARAL, NATAL & VIANA, 2008, p.35)

De acordo com Robert Kozinets (2002), o criador do termo netnografia, existem alguns elementos a serem considerados na pesquisa em *internet*, dos quais destaco: a) Entrada ou “ingresso” nas redes sociais, pois não pode existir uma tentativa de observação imparcial; b) Coleta e análise de dados nas comunidades virtuais que, no meu caso, são as redes sociais ligadas à música, como *MySpace*, *Last.fm* e *Palco mp3*, por exemplo; c) Realizar *cyber interview*, ou seja, entrevista através da *internet*, por e-mail ou por meio de programas como o *MSN* ou o *Skype*; d) Manter a ética da pesquisa, pois o fato de ser feita pela *internet* não implica em falta de compromisso ou anarquia epistemológica.

Foi neste método, aliado à análise de redes sociais², em que me apoiei para esta pesquisa. Naturalmente que esta escolha me trouxe vantagens e desvantagens, principalmente quando se considera o processo etnográfico face a face.

Considerando os aspectos positivos destaco o fato de ser menos dispendioso e de possibilitar o contato com uma quantidade de elementos e pessoas que dificilmente seria possível observar utilizando o mesmo tempo fora da pesquisa *online*.

Como elementos negativos percebo o fato de se perderem gestos e interações subjetivas que proporcionariam um outro caminho de interpretação das falas e do comportamento das pessoas investigadas e, neste sentido, a pesquisa netnográfica se apresenta como um olhar reduzido do pesquisador.

A partir disto, juntamente com meu orientador, elaborei uma estratégia para realizar a pesquisa em questão, passando pela leitura dos discursos teóricos e confrontando pouco a pouco estes discursos com as falas dos

² Proposta metodológica desenvolvida por Recuero (2006).

artistas e com minhas próprias observações do que tenho percebido na *internet* como ouvinte, colecionador³ e músico.

Em função disto, o primeiro capítulo trata da música em sua relação mais estreita com a tecnologia e com a cibercultura. A proposta é delinear uma mini-história da música e de sua relação com a tecnologia e com a cibercultura estruturando momentos históricos e fatos importantes para a percepção dos problemas que vivenciamos hoje, principalmente no campo musical.

O segundo capítulo aborda a questão do consumo através da *internet* e as consequências para os músicos dessa nova forma de relacionamento com os produtos e com a forma de acesso a eles, onde ressalto a questão dos *downloads*, dos direitos autorais e da privacidade. Não se trata de uma discussão sobre a legalidade do que acontece na *internet*, mas sobre como este comportamento (independentemente de ser bom ou ruim) influencia as práticas dos músicos, e determina sua relação com o público para quem eles pretendem “vender” sua obra.

O terceiro capítulo tem como foco uma imersão nas redes sociais virtuais. A proposta é aprofundar a discussão sobre o que é uma relação em rede e apresentar os paradigmas presentes na questão. Em seguida vou demonstrar as características das redes sociais para, então, investigar até que ponto a utilização destas redes sociais acontece como uma alternativa ao circuito comercial oficial na música.

Trata-se de algo importante para que eu possa compreender de que lugar falam os músicos e de que lugar falam aqueles que consomem seus produtos. Além disto, nesse capítulo apresento um exemplo significativo de um artista que se vale da tecnologia digital e da *internet* para produção e divulgação de seus trabalhos. Também procuro analisar o discurso deste e de outros músicos que se apropriaram da relação entre música e tecnologia à luz de tudo o que já foi discutido anteriormente neste trabalho.

³ Utilizando este termo estou me referindo à minha característica de colecionador de músicas em formato *mp3*. O colecionador de música em *mp3* não é igual ao colecionador de discos de vinil ou *cd's*. A diferença principal está na quantidade de músicas que se pode acumular na Internet, fato que acarreta no anseio por colecionar discografias completas de diversos artistas e na falta de informações sobre os mesmos, já que as *tags* que servem de identificação para os arquivos geralmente não carregam fichas técnicas e outros dados importantes. Essa cultura do acúmulo e do efêmero será, em parte, apresentada no segundo capítulo.

1 MÚSICA, TECNOLOGIA E CIBERCULTURA

Neste capítulo pretendo estabelecer conceitos gerais sobre música, tecnologia e cibercultura. Interessa-me aqui particularmente a música a partir de sua relação com a tecnologia e com a cibercultura, e esta relação possui uma história. Parte das consequências desta história é o que este trabalho procura investigar.

Para o fim proposto neste capítulo recorro, principalmente, às seguintes obras: “Música, Maestro! Do canto gregoriano ao sintetizador”, “Música Impopular”, estas duas de Julio Medaglia, e “A música Moderna”, de Paul Griffiths, que fornecem elementos importantes para a apresentação de alguns tópicos de história da música que se fazem necessários aqui; “Música e mediação tecnológica”, de Fernando Iazzetta, por uma discussão importante das práticas musicais moduladas pela utilização de tecnologias musicais; “Culturas e artes do pós-humano”, de Lucia Santaella, pela oportuna discussão sobre ciberespaço; e “Cibercultura”, de Pierre Lévy, sobre as definições centrais em torno da cibercultura. Outros textos e autores aparecem em algum momento, mas os principais dados apresentados neste capítulo têm como base estes livros que mencionei.

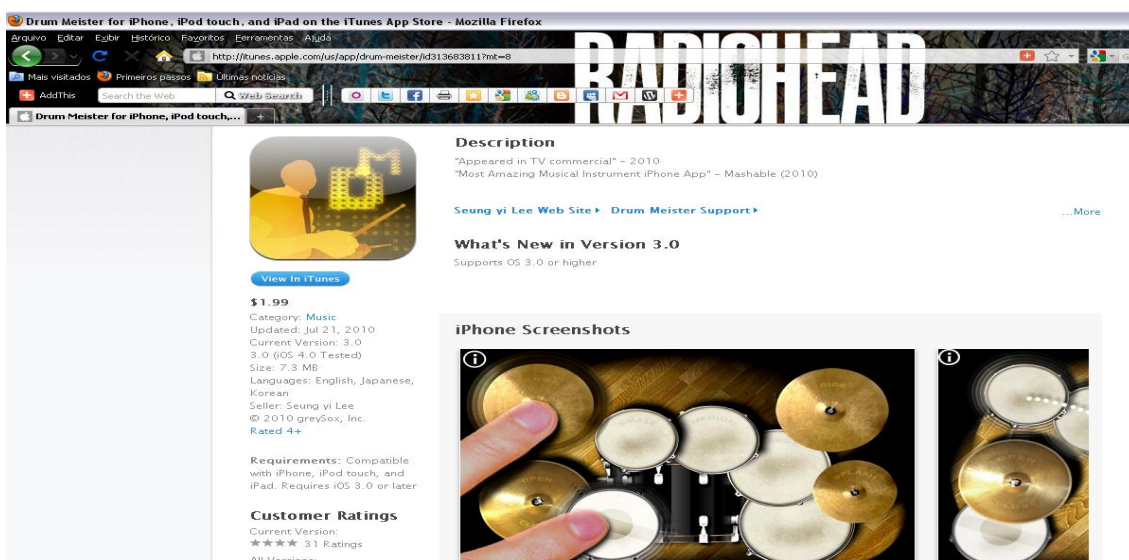
Dividi este capítulo em duas partes. Num primeiro momento trato da música e de sua transformação histórica, considerando uma subdivisão que me permite abordar inicialmente a música antes e depois da tecnologia digital. Esta divisão não deve funcionar como uma quebra na história da música, mas serve sim como um elemento norteador em função dos objetivos deste trabalho. Importante lembrar também que o emprego do termo “transformação” não implica necessariamente em uma ideia de progresso, mas serve apenas para caracterizar uma sucessão de avanços técnicos e tecnológicos que proporcionaram ao ser humano novas possibilidades de interação com a música, seja em relação à audição ou à produção da mesma.

A segunda parte deste capítulo é dedicado às discussões em torno da cibercultura, onde procuro apresentar definições sobre termos como ciberespaço, inteligência coletiva, interconexão e outros termos que compõem uma linguagem bem específica que precisa ser compreendida aqui.

1.1 A transformação da música

A história da música representa um processo de transformação, aperfeiçoamento e construção de novas formas de acesso ao campo musical. O que pretendo aqui é mostrar que o avanço tecnológico mudou significativamente a forma como o ser humano se relaciona com a música. Um exemplo disto está na **figura 1**, que mostra um aplicativo para o *Smartphone Iphone*, da *Apple*, que simula o ato de tocar bateria através de uma tela sensível ao toque.

Figura 1 - Divulgação do software *Drum Meister* para *Iphone*, que permite emular sons de bateria no celular



Fonte: Printscreen do site *Itunes*. Disponível em: <<http://itunes.apple.com/us/app/drum-meister/id313683811?mt=8>> Acesso em 08.03.2011

Isso acontece, claro, em relação a tudo. Todos os avanços tecnológicos dos últimos séculos modificaram a relação dos seres humanos entre si e com o resto da natureza. Estas mudanças são tão significativas que se um cidadão do século XXI pudesse hoje viajar no tempo e voltasse para o início do século XX, provavelmente não conseguiria se adaptar à falta de recursos técnicos a que está acostumado.

A tecnologia modificou a forma como cada um se relaciona com as artes plásticas, com a literatura, com a dança etc. Hoje é possível visitar uma

exposição em um museu sem sair de casa, é possível ler um livro na tela do computador ou o jornal diário em um *tablet* como o *ipad*. É possível ainda participar de um espetáculo de dança em que os dançarinos interagem com imagens computadorizadas.

Todas estas mudanças são realmente muito significativas, mas em relação à música parecem ainda mais impressionantes. Quem poderia supor, cem anos atrás, a existência de um dispositivo capaz de armazenar o equivalente a trezentas horas de música? E que você poderia levar esse dispositivo para onde quisesse e ouvir música gravada em qualquer lugar? E quem, nas mesmas circunstâncias, iria imaginar que hoje seria possível compor música utilizando sons de instrumentos convencionais sem conhecer notação musical e sem saber tocar nenhum instrumento⁴? Como todas as artes a música se modificou com a tecnologia. E em alguns sentidos, bem mais do que todas as outras. Um pouco do percurso que proporcionou estas mudanças é o que me proponho a apresentar agora.

a) Música, corpo e oralidade

De acordo com Júlio Medaglia (2008) o som acompanha o ser humano desde o início da história e de diversas maneiras. Provavelmente a primeira função do som era comunicativa, “através da voz, depois de tambores, e, mais tarde, de instrumentos artificialmente construídos” (MEDAGLIA, 2008, p.9).

Em algum momento, de acordo ainda com Medaglia, “o som começou a ganhar conteúdos e ser trabalhado de diversas formas, adquirindo funções no dia-a-dia” (MEDAGLIA, 2008, p.9). O som se torna, então, um incentivo para o trabalho, para a religião, guerra ou erotismo. Essas funções são tão importantes que se encontram, de uma maneira ou de outra, em todas as

⁴ Hoje existem *softwares* como o *Songsmith*, da *Microsoft*, que permite compor música para vários instrumentos sem saber tocar nenhum deles. Basta cantar uma melodia ao microfone e o programa sugere a notação e a harmonia para todos os instrumentos. É irrelevante aqui a eficácia ou qualidade do resultado final alcançado. O fato é que posso criar uma música para baixo, guitarra, piano, bateria e metais, sem conhecer nada de harmonia, melodia, ritmo, timbres etc. Este tipo de *software* despreza todo o acúmulo cultural produzido pela humanidade na área da música ou é uma consequência necessária deste? Essa é uma questão difícil de ser respondida, mas que me leva a pensar sobre até que ponto a tecnologia pode chegar.

culturas. A conclusão que Medaglia tira daí é bem simples: “O som é feiticeiro” (MEDAGLIA, 2008, p.9).

Assim, o mais provável é que, com o aumento das funções cognitivas, o *homo sapiens* tenha (não se sabe exatamente quando) começado a modular a voz, utilizando timbres e intensidades diferentes para se expressar em situações as mais diversas. Mais tarde, junto com o desenvolvimento da linguagem, ocorre também a criação dos primeiros instrumentos musicais, provavelmente utilizados em momentos rituais. Pouco a pouco surgem instrumentos feitos de pedras, madeira e ossos. Passam a existir instrumentos rítmicos, como tambores, e melódicos, como a flauta. A seguir surgem instrumentos de corda e, como a utilização do cobre e do bronze, surgem também instrumentos mais sofisticados, que podem ser afinados.

Tudo isso se supõe. Algumas destas suposições são baseadas em descobertas arqueológicas e outras se estabelecem através da lógica da evolução humana e de suas capacidades técnicas. O principal problema, no entanto, está no fato de que a música não possuiu por muito tempo uma forma de se perpetuar na memória do povo.

Pouco se sabe da música que se fazia no Ocidente até os primórdios da era cristã, pelo fato de não haver notação, uma escrita codificada que passasse a grande número de pessoas e à posteridade informações sobre a natureza das diversas linguagens sonoras. A música era passada no boca-a-boca (MEDAGLIA, 2008, p.15)

É um fato, por exemplo, que os gregos legaram para as outras culturas a estrutura modal que utilizavam, conhecida como modos gregos⁵, mas é difícil imaginar como eram suas músicas. Os gregos provavelmente tocavam de improviso, mas sua música já obedecia a regras baseadas em princípios matemáticos, tal como atestam as informações que restaram sobre os pitagóricos. Além disso, “havia também códigos rítmicos organizados, em geral associados às estruturas rítmicas da fala ou da poesia” (MEDAGLIA, 2008, p.17).

⁵ Forma de organização sonora adotada pelos gregos, basicamente uma “sequência de notas com intervalos diferentes, [sendo que] acreditava-se que cada uma delas possuía uma influência diversa na alma humana, razão pela qual eram usadas em gêneros musicais específicos” (MEDAGLIA, 2008, p.17).

A transformação da música tal como venho abordando aqui acontece muito mais nos meios técnicos do que em alguma descoberta sobre o que é certo ou errado em música, ainda que por muito tempo esta fosse uma discussão recorrente entre artistas e estudiosos da arte.

Falei um pouco sobre a música na antiguidade e, aparentemente, esta música não parece ter muita relação conosco. Digo “aparentemente” porque hoje voltamos à busca desta condição de vivência da música em seus elementos mais rituais. A música eletrônica com seu ritmo tribal e repetições melódicas é um exemplo disto. O elemento religioso, sagrado, pode ter sido afastado, mas a necessidade ritualística ainda está presente no estado de transe daqueles que dançam por horas a fio nas *raves* mundo afora. Mas a partir de que momento ocorreu esta tentativa de substituição desta música visceral e instintiva por uma outra?

Ora, a música teve sua origem na cultura oral. Os cantos em torno das fogueiras podiam servir para atrair boas colheitas, favorecer as atividades reprodutivas e fortalecer laços entre o grupo. Esses cantos e sons semi-organizados eram repassados de geração em geração e o ser humano tinha em seu próprio corpo uma memória musical. A partir da Idade Média e com o cristianismo tudo isso muda. A igreja católica partia do princípio de que era necessário conter o desejo, o ímpeto para a vida, em troca da salvação. Isso se refletiu na música, como em tudo mais, em formas de controle, estabelecendo, de certa maneira, um padrão para a música ocidental.

O antropólogo Norton Corrêa, em suas pesquisas sobre as religiões de origem africana no Brasil, chega às seguintes conclusões sobre o papel da música:

Enquanto a música ocidental tem a melodia, como elemento principal, a africana, pelo contrário, privilegia o ritmo. Se pensarmos em termos do efeito que produz no indivíduo, a primeira tem como fim último a fruição, representada pelo próprio ato de ouvir. Mas, para a africana, a audição sobretudo media o acionamento da musculatura corporal – e aí a razão pela qual a melodia é secundária. (CORRÊA, 2009, p.19)

Se a música africana liberta o corpo para o prazer e a Igreja Católica procurava combater esse estímulo ao corpo⁶, a melhor forma de se fazer isso é estabelecer um padrão estrutural a ser seguido, em detrimento da liberdade de permitir que o músico e o ouvinte se guiassem pelas sensações que a música é capaz de provocar.

No caso da música ocidental⁷ surge a notação⁸, que pretendia dar conta da música padronizada nos moldes do que desejava a igreja católica, ou seja, aquela que poderia ser executada, geralmente sem acompanhamento instrumental e com caráter meditativo. Essa notação se desenvolve a partir de um sistema hierarquizado de notas que combinam e notas que não combinam, ou seja, um sistema hierarquizado do que é certo e do que é errado em música.

De qualquer forma, independentemente de seu propósito, o fato é que o surgimento da notação foi essencial para o desenvolvimento da música até o ponto em que estamos hoje.

Um fato da maior importância colaborou fundamentalmente para a evolução das técnicas composicionais e da música em geral. Foi a criação e a implantação de uma escrita musical pelo padre italiano Guido D'Arezzo (992-1050) no início do segundo milênio. (MEDAGLIA, 2008, p.27)

O desenvolvimento dessa escrita permitiu, por exemplo, que já na Renascença a música Ocidental se guiasse apenas por dois tipos básicos de escala e de tons: a escala maior e a menor⁹.

⁶ “Nas concepções religiosas afro-brasileiras (...) não existe o efeito-gangorra entre o corpo e a alma: o destino único desta é ficar perambulando ou nos cemitérios e balés. Isto é, não importa que atos foram praticados por seu portador, em vida. Ou, em outras palavras, como usou seu corpo. Não havendo tal relação, o que resta de concreto, palpável e visível, é o corpo. E ele, sem culpas, é usado para o prazer, seja a dança, seja a sexualidade, – e o mesmo ocorre na instância sobrenatural, onde os orixás, ao contrário dos santos católicos, têm parceiros amorosos e gostam muito de dançar” (CORREIA, 2009, p.20).

⁷ Refiro-me à música estimulada pela igreja católica.

⁸ Não estou defendendo que a motivação para o surgimento da notação na música se deu unicamente para inibir o corpo. Certamente existiram outros motivos e preocupações estéticas. O que quero dizer é que a necessidade de controle era evidente, e uma música que pudesse ser direcionada ao público exercendo algum nível de controle sobre sua execução favoreceria esse propósito.

⁹ Que são usadas ainda hoje na maior parte das composições que ouvimos em nosso dia-a-dia.

Mas foi no período barroco¹⁰ que esses conceitos de tonalidade se tornaram mais firmes e foi nesse momento também que se desenvolveu uma estrutura de “encadeamentos harmônicos que incluem a ideia de um discurso com princípio, meio e fim” (MEDAGLIA, 2008, p.54).

É a partir daí que se abre espaço para a construção e consolidação de diversas formas musicais como, por exemplo, a suíte de danças, a sonata, a ópera, o oratório, a cantata etc.

Cada forma destas possuía características próprias e os compositores eram avaliados por sua capacidade em inovar dentro das regras. Qualquer elemento que fugisse ao pré-estabelecido seria necessariamente mal visto. Um exemplo marcante é a *Nona Sinfonia* de Beethoven (1770-1827), que possui um coral em uma forma musical que era tida como unicamente instrumental. Não por acaso a obra não foi compreendida em sua época.

A obra de Beethoven, aliás, representa uma passagem entre dois estilos: o clássico (de 1750 a 1820) e o romântico (1820 a 1900).

A música do estilo clássico “poderia ser caracterizada como ‘objetiva’, refinada, bem construída” (MEDAGLIA, 2008, p.84). Nesse momento surge uma preocupação com o timbre, a “cor” na música. Um exemplo: uma obra de Bach poderia ser executada em diferentes instrumentos sem que se perdesse a ideia principal, mas uma obra de Mozart (1756-1791) não.

De acordo com Medaglia, um representante nato do classicismo (como o próprio Mozart) levava em consideração a combinação de materiais sonoros e as peculiaridades de cada instrumento¹¹.

Mas se a música no estilo clássico é objetiva e preocupada em demasia com a clareza formal, o estilo romântico é onde “a subjetividade

¹⁰ Johann Sebastian Bach (1685-1750) e Georg Friedrich Händel (1685-1759) são os mais importantes representantes do período.

¹¹ Sobre a composição feita em relação a determinado instrumento, vale lembrar uma passagem engraçada presente no livro “O Contrabaixo”, de Patrick Süskind, em que o personagem (trata-se de um monólogo) reclama do desprezo dos compositores pelo contrabaixo: “Abertura da *Valquíria*. Parece o ataque do tubarão branco. Contrabaixo e *cello* em uníssono. Das notas que estão lá eu acho que a gente toca uns cinquenta por cento. Isso aí... (...) Essa subida direto, isso na verdade são quintas e sextas. Seis notas individuais! Nessa velocidade absurda. Completamente impossível de tocar. A gente vai que vai. Se o Wagner sabia disso, não se sabe. Provavelmente não. De qualquer maneira ele não tava nem aí” (SÜSKIND, 1988, p.27).

substitui a objetividade” (MEDAGLIA, 2008, p.100), onde o sentimento entra como elemento primordial de criação.

Beethoven, como disse antes, inovou a música no Romantismo rompendo com as regras estabelecidas, mas outros grandes compositores também contribuíram com as mudanças na estrutura e na estética da música. Richard Wagner (1813-1883), que utilizou acordes dissonantes de uma maneira até então inusitada, é um destes.

Escapando das normas esquemáticas do sistema tonal, Wagner aponta para o serialismo que iria ser desenvolvido no século XX. Um exemplo disto é o prelúdio da ópera *Tristão e Isolda*, que é escrito na tonalidade de *lá menor*, mas que, por um artifício do compositor, o próprio *lá menor* nunca aparece. A inovação aí é que...

(...) como toda a gramática da música tradicional ocidental baseia-se no mecanismo tonal, um pólo imantado (o tom) em torno do qual giram todas as obras compostas desde a renascença, essa ocultação ou “negação do tom” no prelúdio é simbolicamente interpretada como uma tentativa de fuga dessa gramática sonora. Consequentemente, ela representaria a dica para a criação de uma nova linguagem para a música do futuro, o século XX. (MEDAGLIA, 2008, p.147)

Outros compositores inovaram a música estruturalmente ainda na passagem do século XIX para o século XX, mas as mudanças desse período não foram apenas estruturais.

De acordo com Medaglia, “o século XX foi o mais revolucionário da história” (MEDAGLIA, 2008, p.143) e pelos motivos mais diversos. Para pensar esses motivos coloco aqui algumas palavras-chave sobre o século XX, que apontam para essa revolução e seus problemas: velocidade, angústia e nostalgia.

O século XX, impulsionado pela tecnologia, produziu uma tempestade de modificações nas mais diversas áreas e a música não ficou de fora. A velocidade do mundo colocou de pernas pro ar as referências válidas para as transformações na cultura musical: “Estilos em outras épocas duravam centenas de anos. No século passado, não chegavam a ultrapassar uma década” (MEDAGLIA, 2008, p.143). O século XX foi, sem dúvida, o século da rapidez e do imediatismo.

E essa quantidade sem fim de mudanças “a toque de caixa” lançaram o ser humano num mar de dúvidas e numa angústia inevitável causada pelo sentimento de não se perceber como parte de coisa alguma. A quantidade de “ismos” que surgiram nas artes e na cultura científica do século XX são evidências cabais da necessidade de uma busca por identidade que nunca se resolveu.

Por outro lado, essa sensação de não-pertencimento abriu espaço para uma nostalgia exagerada, na qual se criou o mito do passado glorioso da cultura. No caso específico da música isso se refletiu em um desejo de consumo da música antiga (e de presumível alta qualidade) em detrimento da nova música, corrompida pela modernidade e pelos avanços técnicos¹².

Sobre esse tema, afirma Medaglia:

Até o final do século XIX as pessoas ouviam a música que se fazia em seu tempo – Bach, após sua morte, sumiu por completo dos palcos e Mozart apenas ouviu falar de Händel no final de sua vida. A partir do início do século XX, porém, o grande público começou a rejeitar os ousados “experimentadores” da época e a “desenterrar” e curtir autores havia muito esquecidos, inclusive os grandes mestres, cujas obras, mais que assimiladas, só lhes traziam prazer, e não “problemas” intelectuais a resolver (MEDAGLIA, 2008, p.143).

É exatamente nessa época complexa e conflituosa que se desenvolve a cultura digital e sua imbricação com a música, que abordarei a partir de agora, considerando uma breve análise das principais inovações técnicas e estéticas do período.

b) Música e tecnologia digital

Até o século início XIX era tão necessário utilizar o corpo para tocar um instrumento, como era necessário estar diante de um músico para se ouvir música. A partir da invenção do fonógrafo em 1877, por Thomas Edison, as pessoas se encontram diante de outra forma de relação corporal com a música.

Agora é possível reproduzir música gravada e esta experiência é completamente diferente de ouvir música sendo executada ao vivo por um

¹² Interessante que isso vale tanto para a música erudita como para a música popular, ambas contaminadas por esse pré-conceito com o presente.

intérprete, provocando outros tipos de sensações. Além disso, surge junto com a invenção da reprodução em música um novo processo de criação musical que passa a envolver experimentos com gravações e manipulação de sons criados artificialmente.

Com o avanço técnico que tem crescido praticamente sem limites os modos de fazer e ouvir música têm estado constantemente em mutação. Os avanços crescentes em termos de tecnologia fizeram com que a relação entre ser humano e natureza fosse extremamente modificada, com implicações diretas sobre a cultura e sobre as formas tradicionais de relação com as artes. No caso específico da música posso mencionar alguns fatos, marcos e eventos essenciais ocorridos no século XX que modificaram as concepções padronizadas até então aceitas em relação à música:

- a) A simbiose entre música folclórica e música erudita, presente nas obras de Heitor Vila-Lobos, Igor Stravinsky e Béla Bartók¹³;
- b) O atonalismo de Arnold Schoenberg e o serialismo de Anton Webern e Alban Berg;
- c) Os experimentos com som, silêncio e acaso de John Cage;
- d) A invenção de instrumentos eletrônicos como “ondas Martenot”, de Maurice Martenot e o “teremim”, de Léon Theremin;
- e) O surgimento da música concreta, com Pierre Schaeffer, que pressupunha fazer música com sons não produzidos por instrumentos, que poderiam ser trabalhados posteriormente através de técnicas de sobreposição, mudança de velocidade, inversão etc;
- f) A música eletroacústica, que procurava a junção da utilização de sons do ambiente com sons produzidos eletronicamente, podendo ter ou não a participação de instrumentos tradicionais;
- g) Popularização do rádio;
- h) Difusão e utilização massiva de instrumentos eletromecânicos (guitarra elétrica, contrabaixo elétrico etc.);
- i) Difusão e utilização massiva de instrumentos eletrônicos (computador, sintetizador etc.);

¹³ Não esqueço, contudo, que já existiam experimentações nesse sentido como, por exemplo, na IV sinfonia de Beethoven.

- j) Surgimento da *MTV* e de uma nova cultura de consumo e apreciação da música através dos videocliques;
- k) Utilização de estúdios caseiros (*home studios*) com qualidade equiparável ao poder de gravação dos estúdios tradicionais;
- l) Criação do *mp3* e sua difusão através da *internet*;
- m) Difusão de *softwares* simples que auxiliam na criação de processos antes complexos de manipulação de sons;
- n) Surgimento das redes sociais virtuais e sua utilização por músicos e produtores.

De acordo com Paul Griffiths, “o uso de computadores, gravadores de fita, sintetizadores e outros aparelhos eletrônicos tem sido de grande e cada vez maior importância na música desde 1950” (GRIFFITHS, 1998, p.157). Efetivamente, a maior parte do que mencionei aqui aconteceu no século XX, ainda que alguns destes fatos tenham se desenvolvido no início do século XXI. Mas estes exemplos certamente representam apenas uma parcela das mudanças! E tão importante quanto a quantidade de eventos e possibilidades que surgiram no mundo da música é qualidade destas inovações. Digo isto por perceber nestas mudanças algo além de ornamentos técnicos. Cada evento que mencionei anteriormente modificou radicalmente nossa forma de pensar a música. E acredito que muitas mudanças ocorrerão ainda.

No entanto, pretendo aqui fazer uma breve reflexão sobre a relação entre a música e a tecnologia digital, reflexão que está, necessariamente, incorporada no contexto dos eventos que mencionei antes. Mas antes gostaria de fazer duas observações.

Inicialmente, é importante perceber que o avanço da música em direção à tecnologia digital não se deu apenas num processo de construção de máquinas capazes de modificar os sons. Mais do que isso, a criação da tecnologia digital implicou também em novas relações sociais com e através das máquinas criadas pelo ser humano. Acredito que é importante frisar isto para não perder de vista a conexão com o todo, pois ainda que faça neste trabalho um recorte dentro de um universo de possibilidades, não pretendo me retirar deste universo.

É necessário, portanto, reforçar sempre a ideia de que falo de um problema específico no campo da música e da tecnologia, mas que esse problema se reflete no mundo como um todo, na vida de cada indivíduo, esteja ele produzindo música ou apenas consumindo o que gosta.

A minha segunda observação é que acredito ser importante não demonizar as máquinas criadas para os fins mais diversos, dentre eles a produção musical. Este parece ser um discurso comum em revistas especializadas em música e em *blogs* que defendem o estilo *vintage* (antiquado) de produção musical e também, porque não, de consumo da música.

Os que defendem este posicionamento acreditam que a música se enfraquece quando um adolescente que pretende criar música não passa pelo aprendizado de um instrumento como a guitarra, que se dá por um processo longo de dedicação e trabalho braçal e repetitivo. Em lugar deste processo tradicional de contato com um instrumento este jovem pode aprender a compor música intuitivamente explorando possibilidades em algum *software* musical disponível na *internet*. Assim, em pouco tempo (certamente muito menos do que o tempo que precisaria para aprender a tocar satisfatoriamente e compor com qualidade em um instrumento tradicional) este adolescente já estará divulgando suas composições musicais na *internet*.

Não acredito que a tecnologia possa ser culpada por algo que nós, seres humanos, escolhemos fazer. Afinal de contas, foi a própria humanidade que criou essa tecnologia. Talvez as reações contra as máquinas e contra a tecnologia sejam também fruto de um certo medo do novo.

Mas o curioso é que esse estilo *vintage*, que se procura retomar hoje já foi considerado como algo aterrador em sua origem. Basta lembrar do jovem Elvis chocando as famílias americanas com sua música e rebolado, os *Beatles* modificando as relações entre fãs e ídolos, Jimi Hendrix assustando o público com seus experimentos sonoros, os *Mutantes* inserindo guitarras e distorções na música popular brasileira e os *Secos e Molhados* incomodando os conservadores com sua androginia.

Nada disso agride mais os olhos e ouvidos da maior parte do público interessado em música hoje, mas imagino que na época em que os artistas que

citei anteriormente viveram seu auge alguns deviam culpar a tecnologia pela diminuição da qualidade da música, pela corrupção cultural dos jovens e pela perda de valores da sociedade.

Assim, se utilizar um computador, hoje, para compor e produzir música parece ser absurdo e errado para algumas pessoas, podemos imaginar que isso é o mesmo que pensavam os músicos eruditos da primeira metade do século XX enquanto observavam jovens empunhando uma guitarra elétrica ou inventando sons em um órgão eletrônico.

Voltando agora à proposta deste tópico, quero iniciar esta apresentação da música em sua relação com a tecnologia digital pensando o conceito de simbiose. A simbiose se caracteriza por ser uma relação entre dois ou mais organismos que agem ativamente conseguindo vantagens mútuas.

Penso que a imagem da simbiose cabe perfeitamente para elucidar a relação entre a música e a tecnologia digital. Acredito que a música se beneficia da tecnologia digital por ampliar suas possibilidades sonoras e por permitir ao público produtor e consumidor de música uma variedade musical jamais vista em qualquer outra época.

Acredito também que a tecnologia digital se beneficia da música, pelo fato de que as necessidades do mercado emergente e exigente da música atual demandam uma produção em tecnologia em grandes escalas.

Como a produção só faz sentido se existe procura por ela, penso que a utilização da tecnologia digital pelos músicos força a existência de pesquisas sobre materiais, *softwares* e mecanismos que beneficiam não apenas os músicos, mas a população como um todo, já que a tecnologia digital está cada vez mais presente em nossas vidas. Mas como começou tudo isso?

Alguns marcos tecnológicos são importantes para situar a questão da tecnologia digital em sua relação com a música:

- a) A popularização do fonógrafo e do gramofone nas décadas de 1910 e 1920;
- b) A popularização do rádio nas décadas de 1920 e 1930;
- c) O lançamento dos primeiros aparelhos domésticos de som com qualidade *Hi-Fi* (alta fidelidade), nas décadas de 1950 e 1960;
- d) A utilização massiva das fitas *K7* nas décadas de 1970 e 1980;

- e) O lançamento do *Sony Walkman* em 1979, um aparelho que permitia a portabilidade de se ouvir música em qualquer lugar utilizando-se uma fita *K7*;
- f) A comercialização dos *CDs* (*Compact Discs*) a partir de 1982;
- g) O surgimento dos aparelhos domésticos com *Cd players*, em 1983;
- h) O lançamento do *Sony Discman*, em 1984, um aparelho com o mesmo princípio do *Walkman*, mas que permitia a utilização de *CDs*;
- i) O uso amplo da *internet* em 1993, com a criação do *browser* (navegador) *Mosaic*;
- j) Popularização do *mp3* em 1997, com a construção do *site* www.mp3.com, que explicava toda a tecnologia em torno do *mp3*;
- k) Surgimento dos primeiros *players* portáteis de *mp3*, em 1998;
- l) Criação do *Napster*¹⁴ em 1999, um programa criado por Shawn Fanning para compartilhamento de músicas em *mp3* através da *internet*;
- m) Surgimento dos primeiros *Cd players* com funcionalidades de *mp3*, em 2000;
- n) Criação do *MySpace* em 2003, uma rede social *online* muito popular entre os músicos, sendo utilizada como página oficial por muitos artistas;
- o) Surgimento do *Youtube*, em 2005, *site* especializado em divulgação de vídeos.

Como é possível perceber, é impressionante a quantidade de fenômenos tecnológicos expressivos (e, provavelmente, nem estão todos aqui), ainda mais considerando que todos ocorreram em um processo muito rápido que nem todos conseguiram assimilar. De qualquer forma, existe um lugar comum em todos eles: a “coisificação” da música.

A gravação sonora desencadeou este processo. A partir do momento em que foi possível ouvir música sem a presença dos músicos, dos

¹⁴ O uso massivo deste programa acabou gerando os primeiros processos judiciais entre a indústria fonográfica e as redes de compartilhamento *online*.

instrumentos e sem que eu mesmo tivesse que produzir sons (fosse batucando ou assobiando, por exemplo) é possível afirmar que a música foi “coisificada”.

Com este termo quero dizer que a música perdeu um pouco de sua função ritual, que envolvia um processo específico de escuta e de relação, em certos casos, com a ideia de performance. Adequando-se à lógica de mercado e sendo produzida para o consumo em primeiro lugar, a “coisificação” da música eliminou a necessidade da conexão espaço-temporal. Mas é preciso ir além desta questão do consumo.

Em primeiro lugar, essa música “coisificada” não eliminou outras possibilidades de interação com a música. As festas religiosas, as manifestações populares e as cantigas de roda continuam existindo, ainda que algumas delas recebam mais ou menos influência da sociedade tecnológica e de suas inovações. O importante, no entanto, é perceber que a função da música em seu sentido ritualístico tradicional pode naturalmente conviver com a música comercial da era da *internet*. Ou será que os brincantes de um grupo de bumba-meu-boi não conhecem e não consomem as músicas de Lady Gaga, Amy Winehouse, *Los Hermanos* ou Maria Rita?

Em segundo lugar, é importante perceber que esta “coisificação” da música não representa necessariamente um mal ou uma diminuição da qualidade do que é produzido em termos de música. Fernando Iazzetta é um dos autores que procuram olhar com cuidado para as vantagens das novas tecnologias em suas aplicações musicais:

(...) é difícil negar a emergência de novos processos de interação e produção musical baseados em novas tecnologias que têm proliferado com rapidez. Essas produções ocorrem aliviadas dos pesos de instituições musicais bem estabelecidas (o compositor genial, o intérprete virtuoso, o sucesso de vendas) e revigoram a figura do músico amador (IAZZETTA, 2009, p. 46)

De fato, pensar que qualquer pessoa pode ser capaz de lançar suas próprias músicas na *internet* parece assustador. E isso porque todo consumidor habituado com o modo de produção e divulgação da cultura midiática, foi acostumado a pensar que para um artista fazer bem alguma coisa e para alcançar um número razoável de pessoas que apreciem o que ele faz, era necessário que ele possuísse algo de realmente extraordinário. Sem um talento

fora do comum, sem uma genialidade latente, ninguém parece confiar que qualquer produto mereça ser visto ou ouvido.

Nesse sentido, o que a tecnologia digital proporciona ao músico comum é que ele consiga se fazer ouvir. Coisa que seria muito difícil em outras épocas, com os patronos das artes e seus modelos hierarquizados e também com o jogo político e comercial das grandes gravadoras.

Muitas críticas aos jovens de hoje, aos jovens que usufruem dos benefícios dessa tecnologia digital de que venho falando, se traduzem em afirmações sobre a dispersão, a falta de foco e de interesses destes jovens¹⁵. No caso da música isto se refletiria em uma escuta desatenta, em um acúmulo excessivo de músicas (mais do que seria possível ouvir) e em uma incapacidade de analisar criticamente o que está sendo ouvido.

Tenho as minhas desconfiças em relação a este tipo de afirmação. Em linhas gerais ela me parece muito com a reclamação dos professores de literatura da educação básica que reclamam que os jovens são desinteressados e não gostam de ler. No entanto, se estes professores prestarem um pouco de atenção, perceberão que seus alunos são leitores vorazes! Afinal de contas, a maior parte deles certamente já leu as mais de mil páginas da trilogia “O senhor dos anéis”, de J. R. R. Tolkien, bem como tetralogia “Crepúsculo”, de Stephenie Meyer, além dos sete livros da série “Harry Potter”, de J. K. Rowling, dentre outros. A questão, portanto, não é gostar de ler, mas o quê.

A afirmação anterior está embasada na minha experiência como professor de ensino médio. Dentro da escola desde 2004, tenho percebido um aumento da reclamação em relação aos estudantes sobre os seus hábitos de leitura. Reclamação essa que só parece se justificar se voltada para o âmbito da escolha, ou seja, da qualidade do que é lido. E quando me refiro à qualidade estou falando do ponto de vista dos professores e não em termos absolutos.

¹⁵ Um exemplo é a entrevista com o professor americano Mark Bauerlein para a revista *Superinteressante*, em edição de setembro de 2008, intitulada “A Internet nos deixa estúpidos”. Nesta entrevista o autor do livro “The Dumbest Generation” (A geração mais burra) defende que os jovens precisam ficar mais longe da internet para ficarem mais inteligentes: <http://super.abril.com.br/tecnologia/internet-deixa-estupidos-entrevista-mark-bauerlein-447688.shtml>

Penso que em termos de música a situação é a mesma. A escuta como uma atividade em si mesma talvez não seja algo que os jovens de hoje apreciem fazer.

Vou propor aqui uma cena para ilustrar meu pensamento: um jovem de 17 anos chega em casa depois de um dia inteiro na escola. Depois de fazer sua refeição e realizar as obrigações escolares, ele decide que é hora de se dedicar a um de seus maiores prazeres: a música. O jovem vai até a sala preparada pelo seu pai especialmente para que a família pudesse ouvir música. Lá ele contempla em primeiro lugar a coleção de discos da família. Todos os estilos mais populares (*rock, blues, jazz, country*) estão lá presentes. Além, é claro, dos discos de música erudita do seu pai.

Como este jovem está vivendo o início de um romance com uma garota do colégio ele escolhe um disco que combina com seu atual estado de espírito: “Chet Baker Sings”. Ele coloca o disco no aparelho de som, senta-se no sofá e durante a próxima meia hora não faz nada além de simplesmente ouvir música. Sem nada que pudesse distraí-lo.

Esta cena que descrevi combina perfeitamente com um jovem norte-americano da década de 1950, fã de *jazz*. Mas não se parece em nada com os jovens de hoje.

No entanto, se falo de um jovem que escuta música enquanto joga *Guitar Hero* no seu *videogame*, que aciona o *playlist* de sua biblioteca de músicas do computador enquanto navega na *internet* ou que coloca os fones de ouvido e liga o seu *ipod* toda vez que põe os pés fora de casa, então eu estou me referindo aos adolescentes do século XXI. E não só aos adolescentes, já que muitos adultos incorporaram estes hábitos também como seus.

Um erro, portanto, na minha interpretação, é pensar que esses jovens da era da tecnologia digital não dão valor à música. E outro erro é pensar que eles não possuem critérios para consumir o que consomem.

Quando Adorno, em seu famoso texto “Moda intemporal – sobre o *jazz*”, publicado pela primeira vez em 1953, critica os fãs de *jazz* que

consumiam uma música limitada e que nem sequer compreendiam¹⁶, ele falava (sem entrar na controvérsia sobre a qualidade do estilo *jazz*) de um público em sua maior parte massificado, que não tinha muitas opções em termos de música a não ser consumir os maiores sucessos do rádio.

Este, no entanto, não é mais o nosso mundo. As estações de rádio continuam existindo e as gravadoras certamente continuam investindo para que os sucessos de seus principais artistas estejam representados nas programações diárias. E mesmo que muitos ainda sejam influenciados em seus gostos através deste modelo de massificação da cultura, esta não é mais uma via de mão única. Para compreender o mundo de que estou falando é preciso refletir um pouco sobre a questão da escuta.

A escuta é um exercício, um prestar atenção em alguma coisa. No entanto, a escuta pode envolver mais do que um processo ligado ao ouvir. Escutar é uma experiência multisensorial. Como bem lembra Iazzetta “se ouve também com o corpo, com os olhos, e mais, com as lembranças, com as sensações” (IAZZETTA, 2009, p.37).

Inicialmente, pode parecer que a relação entre os ouvintes e a música mediada pelo computador perde em significado e experiência. Eu acredito, no entanto, que longe de perder significado, o que acontece é a construção de novos sentidos. A escuta de que estou falando pode não ser focada e concentrada como a de um espectador em um concerto de música erudita, mas isso não quer dizer que esta escuta distraída não tem seu propósito.

Ligada diretamente como a questão da escuta vejo como importante também o processo de fragmentação da música decorrente do uso da tecnologia. Está muito em voga, hoje, a utilização dos *playlists*, das rádios personalizadas na *internet* e dos *mixtapes* em *blogs* e páginas pessoais *online*. O caso dos *mixtapes* é bem ilustrativo para explicar a questão da fragmentação.

¹⁶ “A mesmice do jazz não consiste em uma organização básica do material, na qual a fantasia, como em uma linguagem articulada, poderia evoluir livremente e sem inibições, mas em uma promoção de truques, fórmulas e clichês bem definidos, que excluem todo o resto. É como se alguém se agarrasse desesperadamente ao fascínio do está em voga...” (ADORNO, 2001, p.120)

Mixtape é um termo utilizado para designar uma compilação de músicas feitas por usuários da *internet* ou por *DJs* com a finalidade de retomar o antigo hábito das compilações manuais feitas em fitas cassete. Trata-se, portanto, de uma certa nostalgia da cultura da década de 1980, mas com a utilização da tecnologia atual.

Quem foi adolescente na década de 1980 e início da década de 1990 certamente recebeu de algum amigo ou fez para alguém uma *mixtape* com suas músicas preferidas. Como era um produto caseiro e que não se prestava à venda, essas gravações em fitas não ameaçavam o monopólio da indústria fonográfica. Não é o que acontece hoje.

Ao criar uma *mixtape* na *internet* o usuário precisa fazer o *upload* das músicas escolhidas em *mp3* para algum servidor. É aí que está o problema. Os primeiros *sites* especializados em *mixtapes* foram fechados por ações legais das grandes gravadoras, como o *site* Muxtape¹⁷ (**figura 2**).

Figura 2 – Site Muxtape, fechado por processos judiciais das grandes gravadoras.



Fonte: Printscreen do *site* Muxtape. Disponível em <<http://muxtape.com/>> Acesso em 08.03.2011

No entanto, atualmente, a situação tem sido revertida. O *site* *The Mixtape Club*¹⁸ reúne compilações de artistas do mundo todo e ainda não sofreu repreendas da indústria. O principal fator é ausência da opção de

¹⁷ <http://muxtape.com/>

¹⁸ <http://www.themixtapeclub.org/>

download. Em entrevista para o site *Ilícito*¹⁹ o norte-americano Brian Thomas, criador do site *The Mixtape Club*, explica:

‘Pouco depois da primeira sessão ir para o ar, recebi um email da Warner Brothers e até tive medo de o abrir. Mas na verdade eles queriam que um de seus artistas (Tegan & Sara) contribuísse para o Club’, conta o curador daquele espaço. ‘Como a maioria dos artistas nos *mixtapes* não são muito populares, vejo o Club como uma maneira de os promover. A falta de uma opção para *download* provavelmente ajuda’, lembrando que a estrutura deste projeto privilegia o *streaming* em detrimento do *download*.
(THE MIXTAPE CLUB: a arte da compilação, 2011)

Mas a prática adotada no *Mixtape Club* não é uma regra. Alguns *blogs* divulgam suas *mixtapes* com opções de *downloads* mesmo sem autorização dos artistas presentes nas “fitas”. No entanto, fora o problema dos direitos autorais, a prática das *mixtapes* força uma outra discussão que particularmente interessa a este trabalho: a questão da fragmentação e da autonomia dos ouvintes.

Criar uma *mixtape* implica em um ato artístico. Pelo menos é assim que a maior parte dos *sites* que apoiam a prática tratam a questão. E esse ato artístico acontece à revelia da padronização musical imposta pela indústria fonográfica, que antes forçava o ouvinte a comprar as músicas que faziam parte do disco de vinil ou *cd*. Assim, sendo um disco completo ou uma coletânea, a decisão por comprar aquelas músicas nada tinha da participação do ouvinte. E não foram poucas as pessoas que certamente compraram um *cd* com 10 canções por causa de apenas uma delas.

A *internet* muda a regra do jogo. A própria fragmentação vira a regra, pois mesmo fazendo o *download* de um *cd* inteiro o hábito mais comum entre os fãs de música é adicionar as músicas ao *playlist* e acionar o *shuffle*, misturando assim as músicas de vários artistas em uma ordem aleatória.

A partir do uso do computador pessoal, da *internet* e do interminável banco de dados que ela proporciona, qualquer cidadão pode decidir o que ouvir, quando ouvir e de que forma, sem depender da opinião dos especialistas

¹⁹ <http://ilicito.net/>

da área²⁰. Não excludo, claro, a possibilidade de considerar os compiladores e organizadores dos *sites* de *mixtapes* e *downloads* como os novos especialistas, indicando e sugerindo artistas para estes novos consumidores. E com certeza eles se sentem assim, mas quando uso aqui o termo “especialista” me refiro aos antigos formadores de opinião, aos jornalistas das grandes revistas especializadas em música e em cultura geral²¹.

Mais importante, no entanto, é compreender que o antigo ouvinte, passivo e dependente da oferta da indústria, não existe mais. O que temos é um ouvinte que é ele próprio um crítico musical e que pode também influenciar decisivamente outros ouvintes. Além disto, há o fato de que muitos destes se tornam músicos e se utilizam da reputação que alcançam na *web* para divulgar seu próprio trabalho.

Isso é incrível se pensarmos que antes, para tanto, seria necessário fazer uma carreira como jornalista para trabalhar em um caderno de cultura ou ser contratado por uma gravadora para que suas músicas alcançassem um público razoável.

Alguém pode questionar que, no caso específico do músico, seria ainda necessário ter uma formação tradicional como instrumentista ou cantor. Mas isso não é exatamente uma regra. Existem hoje *sites* como o *Inudge*²² (**figura 3**) que prometem que qualquer um pode fazer música.

A *interface* do programa, que nem mesmo precisa ser instalado no computador, é completamente intuitiva e permite que os visitantes construam e divulguem suas músicas utilizando a própria ferramenta de compartilhamento do *site*.

Acredito que a tecnologia digital, ao proporcionar o acesso a um volume tão grande de dados e ferramentas, possibilita a emergência de uma

²⁰ Claro que, guardando as proporções, isso sempre aconteceu. Em muitos momentos históricos os ouvintes influenciavam outros ouvintes sem uma mídia especializada que assumisse essa função. Não estou defendendo o contrário. Mas o fato é que a internet amplia essa possibilidade de forma extrema.

²¹ Importante ressaltar que em outros momentos a crítica também foi feita por músicos e não só por jornalistas. Schumann, Debussy e Bruno Kiefer (este último no Brasil) são exemplos significativos. Quer dizer, a credibilidade destes críticos vinha também de sua competência artística, algo que ainda é controverso no ambiente *online*, onde as pessoas mais influentes não o são, necessariamente, por competência atestada por meio acadêmico ou artístico.

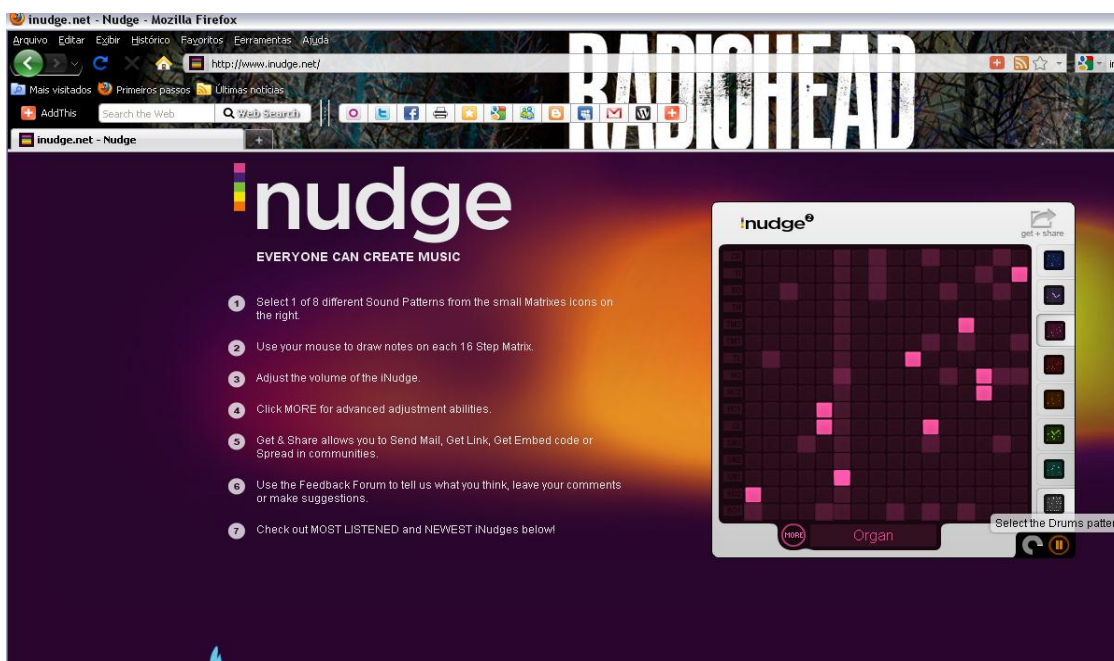
²² <http://www.inudge.net/>

nova relação entre a música e os ouvintes. Uma relação que pode ser resumida em uma palavra: autonomia.

A digitalização, ao baratear a produção, processamento e disseminação da música, oferece, de um modo contundente, outras possibilidades de transformação de um material musical existente. Primeiro, por sua acessibilidade (...). E, finalmente, porque é o próprio usuário quem realiza as operações, toma as decisões acerca do *que* e de *como* fazer e assume diretamente o resultado de suas intervenções no material musical (IAZZETTA, 2009, p.67-68)

Neste sentido, tanto o artista se vê livre em seu processo de criação quanto o ouvinte se sente autônomo em seu processo de escolha. Na *internet* o fã tem a sensação efetiva de que está participando da construção de um processo artístico ao selecionar o que quer ou não ouvir, construindo um *setlist*, comandando sua própria rádio. A ideia de interatividade faz com que cada um se sinta também como criador.

Figura 3 – Interface do site *Inudge*, com seu slogan: “Everyone can create music”.



Fonte: *Inudge*. Disponível em <<http://www.inudge.net/>> Acesso em: 08.03.2011

Claro que essa situação revela também lados negativos. Por exemplo, o disco de vinil pressupunha o ambiente doméstico para a escuta da obra, mas na era da *internet* qualquer conteúdo pode ser *baixado* e reproduzido em situações bem distintas: em um aparelho doméstico, no som do carro ou em

um reproduzidor portátil de *mp3*. Neste sentido, o autor não parece ter a menor chance de prever as circunstâncias de escuta de sua obra e, portanto, não pode procurar dar um tratamento adequado a ela considerando o espaço em que será executada. Essa é uma questão. Outra, é saber se isso ainda é importante para o consumidor e para o músico atual. Provavelmente não.

De qualquer forma, tudo isso faz parte também de uma nova concepção de conexão com os outros e com os produtos que consumimos: a conexão no ciberespaço.

1.2 Ciberespaço

Os conceitos de cibercultura e ciberespaço talvez ainda não façam parte do imaginário popular. É bem provável que muitas pessoas, se questionadas, não tenham ideia de como definir estes termos. No entanto, é possível que estas mesmas pessoas sejam usuárias constantes da *internet*, utilizando serviços de *e-mails* pessoais, ferramentas educacionais *online*, fóruns virtuais de discussão, frequentando e produzindo *blogs*, pesquisando e postando vídeos no *youtube*. Enfim, as mesmas pessoas que não sabem explicar o ciberespaço são as mesmas que fazem parte dele, que dão existência a ele.

Cibercultura e ciberespaço são conceitos que fazem parte de uma discussão posterior àquela iniciada pelos autores preocupados com a comunicação de massa ou indústria cultural. Refiro-me a autores como Adorno e Horkheimer, em “A dialética do Esclarecimento”, Walter Benjamin, em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica” e Umberto Eco, em “Apolíticos e Integrados”.

As abordagens propostas por estes autores se situam na análise da cultura como mercadoria e sua apropriação pelo capitalismo, que utilizava os meios de comunicação de massa, como a televisão, o rádio e o cinema, para vender produtos e inserir ideologias na sociedade como um todo.

Estas teses não poderiam prever, no entanto, um novo tipo de relação entre homem e máquina, relação esta que começa no início da década de 1980, com o que Lúcia Santaella (2003) tem chamado de “cultura das

mídias”. Segundo Santaella o surgimento de alguns equipamentos e tecnologias mudou o modo como as pessoas passaram a lidar com a arte e o consumo. De acordo com a autora:

(...) fotocopiadoras, videocassetes e aparelhos para gravação de vídeos, equipamentos do tipo *walkman* e *walktalk*, acompanhados de uma remarcável indústria de *videoclips* e *videogames*, juntamente com a expansiva indústria de filmes em vídeo para serem alugados nas videolocadoras, tudo isso culminando no surgimento da TV a cabo. Essas tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles têm como principal característica propiciar a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo. (SANTAELLA, 2003, p.15)

Mas a era da cultura das mídias durou pouco, pois a partir da segunda metade da década de 1990 outra revolução começou: a revolução digital. A popularização dos CDs, dos DVDs, dos celulares, da *internet*, a criação de *browsers* como *Internet Explorer* e *Netscape*, o surgimento do sistema de pesquisas *Google*, a aparição das primeiras redes sociais conectando pessoas no mundo todo, a criação do *Napster*, programa que popularizou o formato de música em *mp3*, gerando processos de gravadoras e artistas por quebra de direitos autorais, a criação dos supercomputadores caseiros e o crescimento do comércio pela *internet*, revelou um novo modelo de cultura: a cibercultura.

Mudanças profundas foram provocadas pela extensão e desenvolvimento das hiper-redes multimídia de comunicação interpessoal. Cada um pode tornar-se produtor, criador, compositor, montador, apresentador, difusor de seus próprios produtos. Com isso, uma sociedade de distribuição piramidal começou a sofrer a concorrência de uma sociedade reticular de integração em tempo real. Isso significa que estamos entrando numa terceira era midiática, a cibercultura. (SANTAELLA, 2003, p. 82)

Esta terceira era midiática é a era da participação popular, da intervenção do coletivo, em detrimento de uma opressão da informação massificada.

Considerando, agora, a relação entre a cibercultura e o consumo da música, temos a constatação de que a indústria fonográfica tem perdido força. Isto ocorre tanto pela possibilidade de *downloads* ilegais quanto pelo fato de

que agora os artistas podem negociar diretamente suas obras, que podem ser produzidas em *home studios* com uma qualidade idêntica ou pelo menos similar à de qualquer grande estúdio profissional²³.

Apesar disto, o discurso do mercado fonográfico geralmente é focado na questão do *download* e não na mudança de comportamento do artista que produz música. Um exemplo interessante disto está nos dados apresentados pela ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Discos). Em seu *site* a ABPD divulga uma pesquisa que encomendou em 2006 sobre música na *internet*. Os dados que se seguem foram retirados do *site* citado:

Em 2006, pela primeira vez a ABPD apresentou uma pesquisa de mercado sobre o universo musical na *internet*. O estudo, encomendado à Ipsos Insight, empresa de pesquisa de marketing do grupo Ipsos, constatou que 8,2% da população pesquisada, o que corresponde cerca de 2,9 milhões de pessoas, baixaram música na *internet* no ano de 2005, contabilizando quase 1,1 bilhão de canções sendo baixadas da rede mundial de computadores (...). Um número assustador e de prejuízos incalculáveis para o setor fonográfico como um todo: gravadoras, artistas, compositores, músicos, etc. Se esses *downloads* fossem feitos de forma legalizada, o setor teria arrecadado mais de R\$ 2 bilhões, ou seja, 3 vezes mais do que o montante faturado pelo mercado oficial no ano passado com a venda de CDs e DVDs originais, que foi de R\$ 615,2 milhões. (MÚSICA NA INTERNET, 2011)

Vemos pela citação que o discurso da indústria está pautado em dois pontos: 1) no *download* ilegal que transforma o cidadão comum em criminoso anônimo; e 2) nas perdas incalculáveis para o setor fonográfico, que inclui não só as gravadoras, mas também os artistas (compositores e músicos).

Não questiono aqui a veracidade dos dados apresentados. No entanto, essa pesquisa da ABPD desconsidera um grupo de artistas-produtores que utilizam a *internet* como meio de difusão de suas composições e que não se sentem lesados pelos *downloads*. Pelo contrário, estimulam o consumo de suas obras ou para divulgar o seu verdadeiro produto, que é o *show*, ou pela possibilidade de adquirir dentro das redes sociais virtuais um certo *status* de valorização como artista. Ou seja, o que está em jogo para este grupo já grande de artistas-produtores não é o mercado ou suas vendas, mas a

²³ Um exemplo da importância deste novo músico é o lançamento de publicações como o livro “Como gravar suas músicas e colocar na internet”, voltado para a possibilidade de músicos que podem prescindir do auxílio das grandes gravadoras.

possibilidade de interação que a *internet* proporciona. E esta interação se desenvolve no ciberespaço.

O termo “ciberespaço” tem sua origem ligada ao termo “cibernética”, que foi cunhado por Norbert Wiener, em 1948, para dar conta de um novo ramo da ciência ocupado com a ideia de um corpo-máquina (como preconizou Descartes) regulado e controlado por leis e princípios da comunicação (SANTAELLA, 2003, p.97).

Esta proposta de Wiener ganhou espaço com a discussão sobre inteligência artificial, gerando posteriormente o termo “ciberespaço”. Efetivamente, o termo “cyberspace” foi empregado pela primeira vez no romance “Neuromancer” (1984), de William Gibson²⁴. No contexto do livro o ciberespaço se refere ao “universo das redes digitais como lugar de encontros e aventuras, terreno de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural” (SANTAELLA, 2003, p.98).

Atualmente o termo “ciberespaço” se refere tanto à realidade virtual como à tecnologia de computadores conectados em rede. André Lemos, por exemplo, define o ciberespaço como “o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (RV), e como o conjunto de redes de computadores, interligados ou não em todo o planeta, a *internet*” (LEMOS apud SANTAELLA, 2003, p.100). Pierre Lévy vai também ao encontro deste mesmo conceito quando afirma que o ciberespaço...

(...) especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p.17)

Assim, os usuários do *Facebook*, os participantes do jogo massivo *online World of Warcraft*, os competidores que participam de um campeonato mundial do jogo de futebol virtual *Fifa 11* e os estudantes que utilizam a

²⁴ Gibson foi um dos autores que iniciou o estilo de romances literários chamados de *cyberpunks* (junção dos termos *cibernética* e *punk*) que se ambientam em um universo simulado, virtual, com temáticas tecnológicas que tratam do embate entre seres humanos e máquinas. Criados na década de 1980 esse estilo literário preconizou fenômenos como a trilogia *Matrix*, que representa para muitos uma síntese da cibercultura e do ciberespaço.

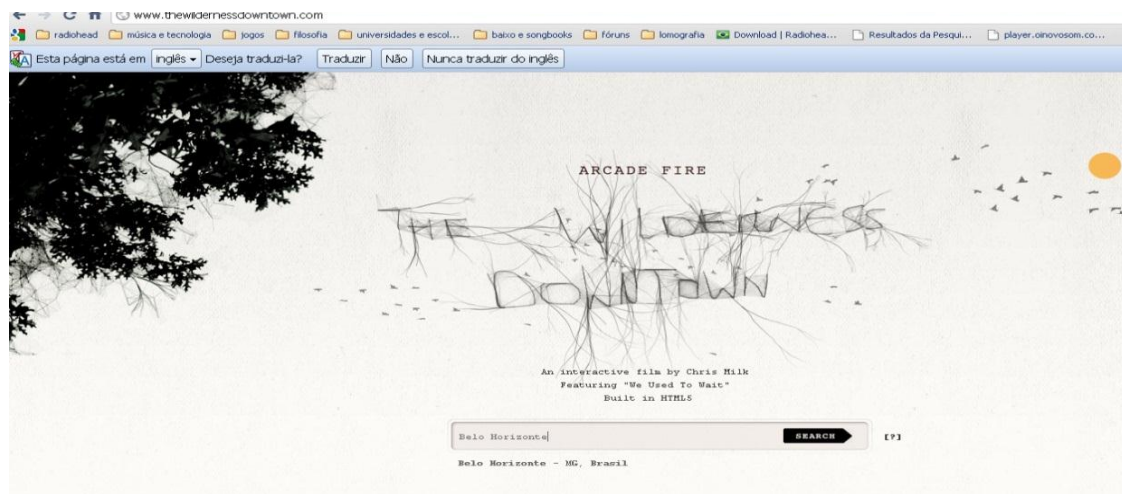
ferramenta educacional à distância *Moodle*, todos estão inseridos dentro do ciberespaço.

Em alguns casos, o ciberespaço representa a utilização da tecnologia digital para fins práticos (acessar *e-mails*, buscar uma informação em uma enciclopédia *online* etc.). Mas em outras situações o ciberespaço pode significar uma possibilidade de imersão efetiva.

Existem, neste sentido, alguns estudos que procuram mostrar o efeito psicológico de sentir-se parte de um jogo *online*, sem diferenciar o ambiente virtual do real. Da mesma forma existem ações legais que procuram dar conta dos crimes virtuais, ou crimes de *internet*, e de suas consequências no mundo real. No caso da música, o ciberespaço pode tanto ser o espaço de troca de arquivos e acesso a informações sobre artistas e produtos, como um ambiente de experimentações interativas.

Em relação a estas experimentações posso citar como exemplos um videoclipe produzido especialmente para *web* a partir de uma música da banda canadense *Arcade Fire* (**figura 4**) e os trabalhos divulgados no *Youtube* pelo brasileiro conhecido na *internet* como *Mystery Guitar Man*.

Figura 4 - The Wilderness Downtown.



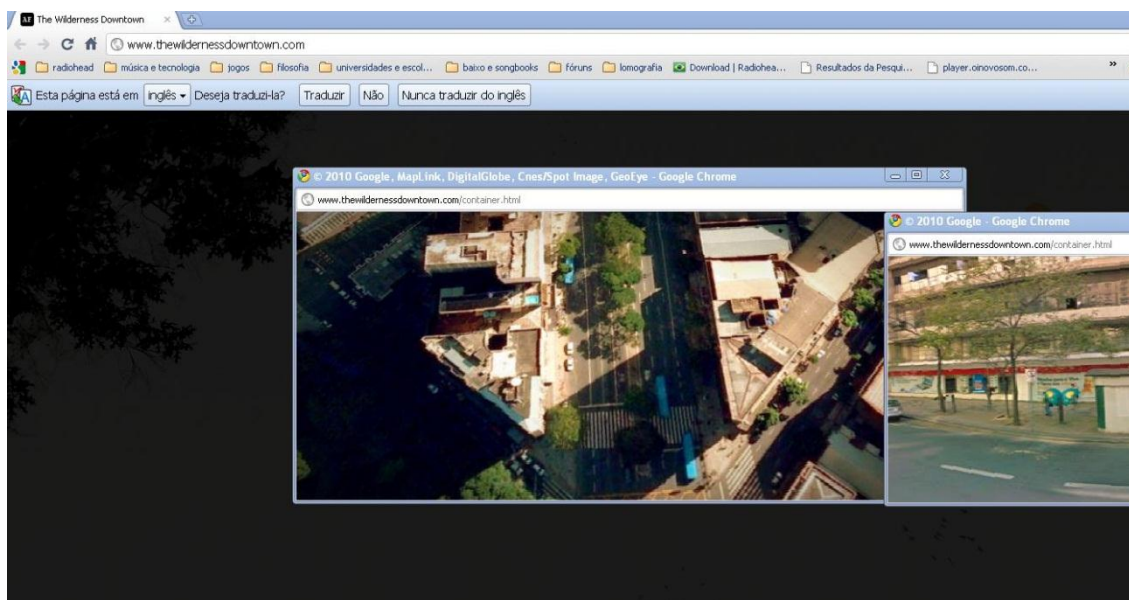
Fonte: Printscreen do site *The Wilderness Downtown*. Disponível em <http://www.thewildernessdowntown.com/> Acesso em: 08.03.2011

O clipe interativo da música “We Used to Wait”, da banda *Arcade Fire*, foi criado por Chris Milk, com autorização da banda. No vídeo, o usuário (que

deve utilizar preferencialmente o navegador *Google Chrome*) é convidado a escolher um local real e digitá-lo na abertura do *site*.

A intenção é captar imagens deste local, que pode ser a sua casa, sua escola ou um ponto turístico da sua cidade, e inseri-las no clipe, através do *Google Street View*. Como no Brasil poucas cidades já têm suporte ao *Google Street View*, escolhi a cidade de Belo Horizonte para compor o “meu” clipe, como é possível observar na **figura 5**. Assim, as cenas integram imagens pré-gravadas com cenas da cidade enquanto a música é executada.

Figura 5 - Clipe "We Used to Wait" do *Arcade Fire*.

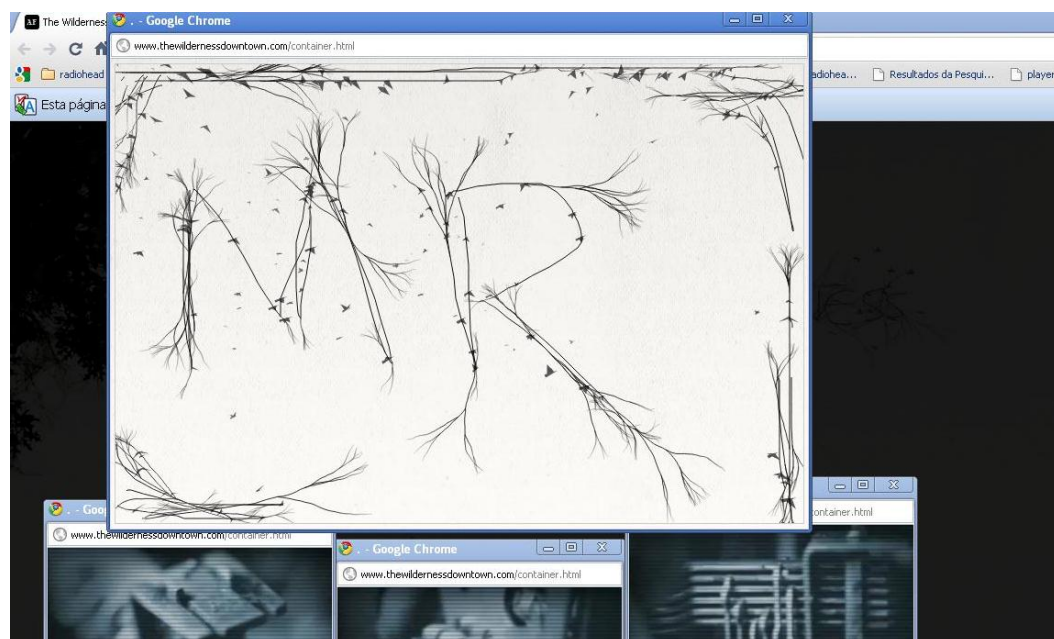


Fonte: *Printscreen* do *site The Wilderness Downtown*. Disponível em <<http://www.thewildernessdowntown.com/>> Acesso em: 08.03.2011

Vale notar que durante todo o clipe as janelas no estilo *pop-up* vão construindo o cenário do vídeo ao mesmo tempo em que contam uma narrativa. Ainda que de forma não-linear essa narrativa funciona bem com a música e o usuário, que participa ativamente do clipe, se sente muito mais do que um mero espectador.

No meio do clipe, o usuário é convidado a desenhar com o *mouse* o quiser ou digitar algumas palavras no teclado. No meu exemplo desenhei as iniciais do meu nome: MR (**figura 6**).

Figura 6 - Interação com o clipe "We Used to Wait" do *Arcade Fire*.



Fonte: Printscreen do site *The Wilderness Downtown*. Disponível em <http://www.thewildernessdowntown.com/> Acesso em: 08.03.2011

Este desenho ou palavras inseridas também farão parte do clipe, transformando-se em pássaros que ocuparão o espaço da cidade, que será invadida por árvores brotando por todos os lados, enquanto o personagem central do vídeo corre desesperadamente.

É bem verdade que descrevendo desta forma o clipe parece apenas um conjunto de imagens sem sentido. Mas o que importa aqui é a participação do usuário sem o qual não existe videoclipe. Isso fica bem claro no fim da exibição, quando é oferecida a possibilidade de compartilhar por e-mail o “seu” vídeo.

Esse vídeo, constituído na efemeridade e para a efemeridade, é uma síntese do ciberespaço. Como afirma Lévy, “os testemunhos artísticos da cibercultura são obras-fluxo, obras-processo, ou mesmo obras-acontecimento pouco adequadas ao armazenamento e à conservação.” (LÉVY, 1999, p. 147). Distante da ideia de conservação, a arte, na cibercultura, tende para o experimento, para a interação e para uma concepção de “patrimônio da civilização” (LÉVY, 1999, p.146), e não mais do autor.

Além disto, este experimento do navegador *Chrome* aponta também para uma nova direção da *web*. Com o desenvolvimento do *Html5*²⁵ já é possível utilizar a *internet* de maneira ainda mais interativa do que vinha sendo feito até então. O vídeo de “We Used to Wait” é um experimento que procura avaliar as possibilidades desta nova tecnologia²⁶.

O outro exemplo de que quero falar é o caso do brasileiro Joe Penna, mais conhecido na *internet* como *Mystery Guitar Man* (**figura 7**). Joe largou a faculdade de medicina para fazer vídeos para o *Youtube* e hoje tem um contrato com o *site* que lhe rende entre 10 a 20 mil dólares por mês²⁷.

Figura 7 – Canal de divulgação do *Mystery Guitar Man* no *Youtube*.



Fonte: <http://www.youtube.com/user/MysteryGuitarMan>

Joe Penna produz os próprios vídeos desde o início, cria as músicas e os roteiros e divulga sozinho o seu trabalho nas redes sociais *online*. Apesar de acumular todas essas funções ele foi contratado pelo *Youtube* e hoje ganha dinheiro com o que antes fazia de graça.

²⁵ *Html* ou *Hypertext Markup Language* é a linguagem da internet, é a semântica utilizada para organizar os sites e conteúdos da rede. Desde 1999 é utilizada a versão 4 desta linguagem.

²⁶ Outros experimentos podem ser vistos no *site* do projeto: <http://www.chromeexperiments.com/>

²⁷ Cf. entrevista com o *Mystery Guitar Man* para a revista *Galileu*: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI162744-17770,00-CONHECA+MYSTERY+GUITAR+MAN+O+BRASILEIRO+QUE+FAZ+SUCESO+NO+YOUTUBE.html>

Esta parece ser uma nova abertura que o ciberespaço proporciona: com o barateamento das tecnologias, qualquer um pode se destacar e criar algo que agrade ao público. E o mais importante, a rede mundial de computadores serve de vitrine para as grandes empresas consolidadas procurarem novos talentos. No caso do *Mystery Guitar Man*, a *Coca-Cola* e o *McDonald's* foram algumas das empresas importantes que já pagaram pelos vídeos que ele produz.

Nestes exemplos que utilizei aparecem características importantes da cibercultura e da utilização do ciberespaço: um novo tipo de conteúdo criado pelo público (e não mais pela indústria oficial do entretenimento) com uma proposta multimidiática e interativa.

Além disso, estão presentes aqui os princípios da cibercultura, tais como são apresentados por André Lemos (2002), a saber: 1) Lei da reconfiguração, onde os elementos antigos da cultura são remodelados, não destruídos; 2) Lei da liberação dos pólos de emissão, considerando a possibilidade de criação por parte daqueles que antes só podiam ficar passivos, consumindo produtos²⁸; e 3) Lei da conexão generalizada, que define a autonomia de conexão da sociedade contemporânea.

A reconfiguração significa uma nova forma de relação com produtos e elementos culturais. Não se trata de uma substituição, mas de uma nova forma de utilização. O videoclipe interativo é um bom exemplo disto por não se tratar de um produto completamente novo, mas sim de um produto que faz uso das tecnologias mais atuais.

Na mesma linha de pensamento, escreve Lúcia Santaella:

Os meios de produção artesanais não desapareceram para ceder lugar aos meios de produção industriais. A pintura não desapareceu com o advento da fotografia. Não morreu o teatro, nem morreu o romance com o advento do cinema. (...) O livro não desapareceu com

²⁸ É necessária, aqui, uma pequena reflexão sobre o caso específico da música. A lei da liberação dos pólos de emissão atende perfeitamente à questão musical no que se refere à capacidade produtiva e à liberdade do músico comum, que pode gravar suas músicas sem depender de um processo muito complicado ou que envolva muitos gastos. No entanto, no caso da música, existiram, mesmo antes da internet, muitas iniciativas que tentavam reverter esses pólos de emissão. Um exemplo é a cultura dos fanzines especializados em música, que discutiam temáticas importantes às cenas musicais locais e comercializavam os trabalhos dos músicos independentes (isto é, sem vínculo com gravadoras) por meio de fitas cassete gravadas de maneira artesanal.

a explosão do jornal, nem de deverão ambos, livro e jornal, desaparecer com o surgimento das redes teleinformáticas. Poderão, no máximo, mudar de suporte... (SANTAELLA, 2003, p.57)

Portanto, a lei da reconfiguração implica em mudança de suportes. Claro que para muitas pessoas é difícil se habituar a novas formas de ouvir e interagir com a música. Mas para os jovens que nasceram e cresceram durante estes processos de mudança, tudo ocorre com muita naturalidade.

A lei da liberação dos polos de emissão, por outro lado, significa um poder de produzir e distribuir informação e produtos em escala mundial. Assim, o espectador pode passar ao papel de produtor de conteúdo sem a necessidade da validação de seu trabalho pela indústria oficial do entretenimento.

E, por fim, a conexão generalizada trata da possibilidade de autonomia de comunicação que existe hoje. Essa autonomia leva ao contato direto com os conteúdos produzidos e divulgados por milhões de usuários e que podem ser acessados através dos *smartphones*, *laptops*, *videogames* portáteis, *tablets* etc.

Essas características da cibercultura transformam o mundo em um espaço constante de acessibilidade e de difusão de conhecimento e informação. Um espaço de interconexão e que favorece o surgimento da inteligência coletiva. E é essa relação entre a interconexão e inteligência coletiva que abordo agora.

a) Interconexão e inteligência coletiva

Para Pierre Lévy “as duas características do mundo virtual, em sentido mais amplo, são a imersão e a navegação por proximidade” (LÉVY, 1999, p.72). Isso significa que cada usuário da rede de computadores se sente e se percebe como um ser concreto num mundo virtual. Os atos de cada indivíduo modificam sua impressão sobre si mesmo e sobre os outros afetando efetivamente suas relações em um nível não só social, mas também emocional.

Os autores defensores da cibercultura, como Pierre Lévy e André Lemos, são profundamente otimistas em relação às consequências da imersão e das novas formas de conexão que o ciberespaço permite a cada cidadão.

Quanto mais podemos livremente produzir, distribuir e compartilhar informação, mais inteligente e politicamente consciente uma sociedade deve ficar. As ações de produzir, distribuir, compartilhar são os princípios fundamentais do ciberespaço (LEMOS & LÉVY, 2010, p.27)

Eu tenho, no entanto, algumas reservas em relação a este otimismo. Concordo que a utilização da *internet* e a difusão da informação em nível global possibilita um contato do público em geral com problemas que antes a maioria das pessoas nem sequer tomaria conhecimento.

Os recentes conflitos no Egito²⁹ representam uma síntese interessante do poder e alcance da *internet*. Assim que eclodiram os conflitos, uma das primeiras medidas do então presidente daquele país, Hosni Mubarak, foi impedir a comunicação via *internet*.

O governo percebeu que as manifestações estavam sendo articuladas através do uso das redes sociais *online*, como o *Facebook* e o *Twitter*. E como hoje a conexão com a rede está portátil, o governo cortou também a possibilidade do envio de mensagens SMS através de celulares³⁰.

Caso a *internet* não possibilitasse nenhum tipo efetivo de mobilização ela não sofreria esses ataques. Outro exemplo de ação direcionada para a mobilização da comunidade virtual para problemas reais é o *site TakingITGlobal*³¹. Trata-se de uma página que reúne jovens interessados em trabalhar em questões globais ligadas a interesses políticos, sociais, ecológicos, culturais etc.

A proposta do *TakingITGlobal* (**figura 8**) carrega a mesma concepção do trabalho voluntário. Mas existe um diferencial: no *TakingITGlobal* esse trabalho voluntário acontece *online*, através da participação em discussões,

²⁹ Um movimento popular, iniciado no dia 25 de janeiro de 2011, conseguiu derrubar o então presidente do Egito Mohammed Hosni Mubarak, que já estava há quase 30 anos no poder. Este movimento contou com grande mobilização da população através de manifestações e utilização das mídias digitais para divulgação dos fatos ocorridos.

³⁰ Sobre isto cf. a matéria "Conflitos no Egito, Internet é Bloqueada". Disponível em: <<http://noticiasacontecimentos.com/2011/01/28/conflitos-no-egito-internet-e-bloqueada/>>

³¹ <http://www.tigweb.org/>

colaboração em resolução de problemas, donativos para entidades necessitadas e, claro, participação em manifestações locais, que podem se dar em todo o mundo.

Figura 8 – O site *TakingITGlobal* que tem como lema “Inspirar. Informar. Envolver”



Fonte: <http://www.tigweb.org/>

Estes exemplos confirmam a postura otimista enunciada na citação de André Lemos que apresentei anteriormente. Mas a liberdade também possui seus problemas.

Platão, em sua obra “A República”, já alertava para a dificuldade de conciliar a liberdade com a igualdade. Na interpretação do filósofo ateniense para fazer prevalecer a igualdade e, conseqüentemente, a justiça na cidade, era necessário limitar a liberdade dos cidadãos.

Quando cada um pode muito ou pode agir por si mesmo ele age a seu próprio favor e não em vista do bem público. Claro que Platão via exceções, tanto que imaginava um rei-filósofo capaz de governar pela cidade e para a cidade, sem procurar benefícios próprios.

No entanto, Platão acreditava que, independentemente do regime político adotado, toda cidade poderia vir a padecer do mal da corrupção. Isso poderia ocorrer tanto pelas circunstâncias históricas, quanto pela própria condição da natureza humana, passível de ser levada pela irracionalidade e

dependente do condicionamento educativo. Platão defende esta tese, principalmente, no livro VIII da obra “A República” e não consegue propor nenhuma saída permanente para a possibilidade de degeneração da justiça na cidade.

As interpretações destas ideias de Platão são muitas. O discípulo mais famoso de Sócrates já foi considerado mentor das concepções cristãs, bem como do nazismo e do socialismo³². Aproximações tão díspares revelam que não existe consenso em torno destas ideias. De qualquer forma, o alerta de Platão em relação aos perigos da democracia e dos males que a liberdade pode causar ainda continua atual.

André Lemos, no entanto, contraria este pensamento defendendo a “ciberdemocracia” como solução emancipadora das potencialidades humanas: “O que está em jogo é o alcance planetário para questões locais; a livre expressão para publicação de informações; a colaboração e participação; a inclusão digital” (LEMOS & LÉVY, 2010, p.28).

Apesar destas possibilidades serem efetivas, acredito ser necessário um pouco de cautela em relação às expectativas que a *internet* e a interconexão que ela permite estão gerando.

Pensando a partir do exemplo da música, é possível perceber que existe hoje, mais do que em qualquer outra época, um ambiente favorável para as experimentações, para as criações livres dos rótulos, para a divulgação sem restrições. Qualquer um pode ter espaço para produzir e divulgar suas músicas na “ciberdemocracia”.

Pierre Lévy (1999), no VIII capítulo de seu livro “Cibercultura”, intitulado “O som da cibercultura”, apresenta características essenciais da música no ambiente do ciberespaço.

Em primeiro lugar, ele afirma que se o estúdio era o “meta-instrumento” da música contemporânea, por suas possibilidades de criação e manipulação de sons e dados sonoros, a digitalização desloca esse meta-instrumento para o domínio de cada usuário em particular.

O estúdio digital, o *home-studio*, pode ser comandado por um computador pessoal e possibilita um auxílio valioso na composição, gravação,

³² Sobre as interpretações das ideias políticas de Platão Cf. Vegetti (2010).

mixagem e masterização do produto final. Enfim, todo o processo que antes seria feito por profissionais contratados, agora pode ser realizado em casa, utilizando o tempo que for preciso, por qualquer músico. Sendo assim

A partir de agora os músicos podem controlar o conjunto da cadeia de produção da música e eventualmente colocar na rede os produtos de sua criatividade *sem passar pelos intermediários que haviam sido introduzidos pelos sistemas de notação e de gravação* (editores, intérpretes, grandes estúdios, lojas). Em certo sentido, retornamos dessa forma à simplicidade e à apropriação pessoal da produção musical que eram próprias da tradição oral. (LÉVY, 1999, p.141)

Concordo com as palavras de Lévy. No entanto, na sequência do texto, o autor dá a entender que a música na *internet* representa uma libertação das amarras institucionais em prol da própria arte e da divulgação do conhecimento:

Cada um é, portanto, ao mesmo tempo produtor de matéria prima, transformador, autor, intérprete e ouvinte em um circuito instável e auto-organizado de criação cooperativa, e de apreciação concorrente. Esse processo de *inteligência coletiva musical* estende-se constantemente e integra progressivamente o conjunto do patrimônio musical gravado. (LÉVY, 1999, p.142)

O problema é que a indústria ainda ocupa espaço determinante mesmo na utilização deste espaço da *internet*. Um exemplo disto são os *Trending Topics*³³ da rede social *Twitter*.

Em geral se acredita que os *Trending Topics* revelam a ação dos usuários. Por exemplo, se muitos usuários mencionam um determinado artista no *Twitter* ele aparecerá na lista dos *Trending Topics*, revelando de maneira muito mais clara do que em qualquer pesquisa qual o interesse dos participantes da rede social.

No entanto, uma pesquisa recente feita pela empresa HP, especializada em impressoras, *laptops* e produtos de informática em geral, revelou o algoritmo utilizado na construção dos *Trending Topics*. De acordo

³³ Os *Trending Topics* são uma lista dos termos mais mencionados por usuários no microblog *Twitter*. Para entrar nos *Trending Topics* o termo precisa estar marcado com uma *hashtag* (#) ou conter um nome próprio. O recurso de *Trending Topics* monitora o mundo todo (*worldwide*), mas cada usuário pode também selecionar alguns países para filtrar os *Trending Topics* daquela localidade.

com a pesquisa, os *Trending Topics* se focam mais no assunto do que na quantidade de vezes que o termo é “tuitado”³⁴. Além disso, a pesquisa demonstrou que 72% das mensagens que geram *Trending Topics* vêm de agências de informação importantes como a *CNN* ou o *The New York Times*³⁵.

Resumindo, o poder que se acreditava estar na mão do grande público se encontra na verdade na imprensa oficial. Isto não significa que os usuários não tenham nenhuma influência nos resultados finais dos *Trending Topics*, mas demonstra que, pelo menos, boa parte deles são manipulados por órgãos privados, com interesses mercadológicos.

Em relação à música a situação é a mesma. Apesar de qualquer pessoa poder criar e divulgar suas músicas na *internet*, os artistas que têm mais seguidores nas redes sociais e mais espaço nas novas mídias ainda são aqueles que estão nas grandes gravadoras.

Existem, claro, as exceções. Mas a indústria rapidamente trata de se apropriar das produções daqueles que se destacam, fazendo deles a parte nova da velha estrutura do *mainstream*.

Não questiono nem discordo do uso da *internet* como possibilidade de criação coletiva. Pelo contrário, acredito que vivemos um momento único de acesso a conteúdo e conhecimento quase irrestrito. Mas também não acredito que a indústria esteja morrendo e que os usuários irão se tornar os donos da distribuição de um conteúdo livre, completamente autônomo e totalmente independente dos interesses do mercado capitalista.

A utopia da ciberdemocracia e da inteligência coletiva nos servem, de qualquer forma, para percebermos quão longe ainda estamos de um ideal desejável. E ainda que este ideal talvez nunca seja plenamente realizável não vejo motivo para que a humanidade não tente se aproximar dele.

Neste sentido, o que me parece mais importante é procurar tomar controle do espaço onde essa briga entre a antiga indústria e os defensores da inteligência coletiva se desenrola: o espaço virtual.

³⁴ Este é o termo utilizado na internet para se referir às mensagens postadas pelos usuários do *Twitter*.

³⁵ A pesquisa se encontra neste site: <http://h30507.www3.hp.com/t5/Data-Central/HP-research-shows-mainstream-media-drive-Twitter-trends-to-a/ba-p/87985>

b) Espaço virtual

O ciberespaço possibilita não só uma nova forma de interação, mas também exige uma nova postura de convivência social. Como cada um vive as mudanças tecnológicas enquanto elas acontecem se torna difícil avaliar as consequências destas mudanças no dia a dia.

A comunicação no espaço virtual implica também em uma nova concepção de espaço. Como afirma Lévy, “as distâncias semânticas são a verdadeira base da *ordem* do ciberespaço” (LEMOS & LÉVY, 2010, p.202).

A comunicação no espaço virtual ocorre separada “fisicamente” das pessoas, mas por outro lado outras distâncias se tornam ilusórias na *internet*. Eu, que estou em minha casa, diante do computador, posso a qualquer momento me transportar para o Museu do Louvre, em Paris e visitar as exposições que estão lá expostas neste exato momento.

Com isso não estou de forma alguma tentando afirmar que visitar um museu *online* significa o mesmo que estar lá vendo as obras a um metro de distância. Não é isso. O fato é que estamos diante de uma outra experiência, com seus aspectos positivos e negativos.

A semântica do ciberespaço possibilita uma vivência específica através do que Pierre Lévy (2010) chama de “corpo informacional”, um corpo onipresente em todos os espaços e possibilidades que a *internet* oferece. De acordo com Lévy, “no ciberespaço o ‘eu’ também torna-se desterritorializado. Ele está cada vez menos ligado a uma localização física, a uma classe social, a um corpo, um sexo, ou a uma idade”(LEMOS & LÉVY, 2010, p.203).

A maioria dos serviços de *blogs* e redes sociais oferece ferramentas que possibilitam aos usuários identificar os visitantes por suas localidades, fornecendo inclusive os endereços IP (*Internet Protocol*) que indicam o local exato do computador utilizado para postar um comentário em seu *site*.

Apesar deste recurso, na prática a questão territorial é o que menos importa. Um músico que mantém um perfil no *MySpace* está interessado em saber quantas visitas seu *site* teve e quantas vezes suas músicas foram ouvidas, *baixadas* ou compartilhadas naquele dia. Se estas interações

ocorreram a partir de um computador que está em São Luís do Maranhão, ou nas Ilhas Fiji, pouco importa.

De forma mais concreta o espaço virtual “é apenas um outro nome da noosfera, isto é, a onipresença de signos e ideias produzidos pela cultura humana” (LEMOS & LÉVY, 2010, p.203). Estes signos e ideias, no entanto, sofrem um processo constante de multiplicação dentro do ambiente do ciberespaço. Assim, é possível acessar dados que estão na rede no mesmo *site* há cinco anos, como é possível que estes dados tenham sido movidos para outros servidores e/ou tenham se apagado.

Efetivamente não temos muito controle deste processo e a quantidade de dados disponíveis na rede cresce em uma velocidade difícil para qualquer pessoa acompanhar. Neste sentido, uma consequência direta do espaço virtual é a mutação do conceito de identidade.

A *internet* parece ser o palco perfeito para esta concepção de identidade em construção. Para Lévy (1999), “a interconexão generalizada, utopia mínima e motor primário do crescimento da *Internet*, emerge como uma nova forma de universal” (LÉVY, 1999, p.188). Esse universal, que na interpretação de Lévy, é um universal sem totalidade, parece simbolizar um retorno à concepção grega de unidade, em que se pensava ser o todo muito mais do que a mera soma das partes.

Na definição proposta por Lévy a cibercultura envolve uma concepção direta de universal não só apenas por estar em toda a parte, mas porque presume o acesso e o direito do conjunto de todos os seres humanos.

Podemos questionar o fato de que os dados demonstram que o acesso à *internet* ainda é muito restrito nos países pobres e em desenvolvimento, mas esse é um problema que deverá naturalmente ser revertido, já que as tecnologias se desenvolvem num processo de barateamento contínuo e existe interesse das instituições governamentais e capitalistas de difusão deste acesso, ainda que seja para fins ideológicos ou mercadológicos.

Claro que a submissão a estes interesses não é o que defendem autores entusiastas da cibercultura, como Pierre Lévy ou André Lemos. A questão, portanto, será o que fazer para que as formas de controle adotadas na sociedade em geral não alcancem o ciberespaço.

Um argumento utilizado a favor do controle é o de que o espaço virtual possibilita o caos e a confusão, já que qualquer um pode produzir, difundir e disseminar o que quiser na rede. Assim, algum controle, ainda que em nível governamental, ajudaria a evitar distorções de valores comumente aceitos pela sociedade como um todo.

Lévy argumenta, por outro lado, que a forma de controle na *internet* existe, mas parte dos próprios usuários e a da opinião pública difundida na rede. Assim, os moderadores dos fóruns, ou mantenedores e curadores dos *blogs* e *sites*, possuem uma função importantíssima de coordenação da informação e do conhecimento. Este processo, no entanto, se distancia completamente de qualquer modelo autoritário de controle.

Vejo este processo de autonomia dos usuários em relação à suas próprias regras como uma contribuição essencial para a construção de uma responsabilidade que, em geral, se insiste em delegar para os outros na vida real. No mundo virtual, cada um se sente contemplado com a possibilidade de participação efetiva e que vai muito além da mera contribuição que temos em nossas democracias representativas.

No caso específico da música, esta discussão sobre identidades e responsabilidades construídas na *internet* vai desembocar num novo modelo de consumidor. Este é o tema que analiso no próximo capítulo.

2 CONSUMO E NEGOCIAÇÃO DE IDENTIDADES NA *INTERNET*

Em seu texto “Para a crítica da economia política”, escrito em 1857, Karl Marx apresenta a discussão clássica sobre a questão do consumo. De acordo com Marx, consumo e produção caminham necessariamente juntos e, além disso, “o consumo produz de uma dupla maneira a produção” (MARX, 2005, p.32).

Em primeiro lugar, um produto só é um produto de fato quando é consumido. Por exemplo, “um vestido converte-se efetivamente em vestido quando é usado” (MARX, 2005, p.32). Assim, é possível afirmar que o consumo dá um toque final ao produto, conferindo-lhe sentido. E em segundo lugar, Marx afirma que “o consumo cria a necessidade de uma nova produção” (MARX, 2005, p.32). De fato, é a necessidade que gera a produção, mas na sociedade capitalista o consumo cria também a necessidade. Esse ciclo interminável acaba por servir a uma estrutura macro que nada tem a ver, realmente, com o interesse dos cidadãos, mas se sustenta muito mais na manutenção do capital.

Essa análise de Marx, apresentada aqui de forma bem simplista, dá conta da criação da estetização do consumo, que se iniciou com a Revolução Industrial e atingiu seu ápice com a Indústria Cultural, no século XX. Assim, tanto a cultura dos dândis do final do século XIX como o movimento *punk* e gótico das décadas de 1970 e 1980, respectivamente, possuem características comuns, padronizadas, que se identificam com a relação de domínio do capitalismo diante dos consumidores. Mas essa forma de compreensão não explica mais o mundo atual.

O ciberespaço abre possibilidades novas de interação que subvertem a ordem natural da produção e do consumo, tais como são apresentadas por Marx. Retomando o exemplo anterior, em que Marx demonstra como a produção é duplamente produzida pelo consumo, e atualizando-o para a questão da música dentro da lógica da Indústria Cultural, é possível chegar à seguinte linha de argumentação:

- 1) Em uma cultura massiva a produção de bens de consumo se dá em um sentido bipolar, pois, ao mesmo tempo em que existem

consumidores ávidos por comprar produtos ligados à música, existe um movimento contínuo por meio da mídia que estimula e gera o desejo nestes consumidores;

- 2) O desejo gerado pelo rádio, televisão e veiculação em massa dos produtos e imagem dos artistas, faz com que cada consumidor acredite que possui total controle sobre o seu gosto, o que o faz consumir determinados produtos sem culpa, certo de que suas decisões são fruto de uma escolha livre;
- 3) Cada desejo que é criado, no entanto, precisa ser realimentado, pois o bom consumidor é aquele que consome continuamente e não exige muito dos produtos que adquire, consumindo produtos remodelados e reconfigurados pela indústria;
- 4) O controle dos dados e dos meios técnicos facilita todo este processo, pois o consumidor vai perceber, em algum momento, que não tem muitas opções. Apesar disto, não vê alternativa a não ser aceitar o jogo imposto pela indústria.

Esta sequência de fatos confirma de forma plena a proposta de Marx. Mas, quando se transfere esta linha de argumentação para o ciberespaço, as consequências já não são as mesmas. Para demonstrar isso, vou tentar simular agora o mesmo argumento dentro do contexto da cibercultura:

- 1) Muitos usuários da rede mundial de computadores anseiam pelo consumo de produtos ligados à música, mas sua relação com os produtos se dá em um sentido inverso, já que a mediação entre produto e consumidor não é mais prioritariamente feita a partir da indústria (ainda que a televisão e o cinema, por exemplo, contribuam para isso), mas surge principalmente de interações entre usuários com interesses comuns;
- 2) Cada usuário ao publicar e produzir conteúdo sobre produtos já existentes gera em um público cada vez maior o desejo de consumo. Estes consumidores, no entanto, dificilmente irão aos meios oficiais para adquirir os produtos, e muitos adotarão práticas ilícitas como o *download* de músicas sem autorização;

- 3) Na rede não existe de forma clara a retroalimentação do desejo. Na verdade, existe um estímulo às ideias de abandono, acúmulo e inovação. Neste sentido, cada usuário pretende consumir mais e mais produtos novos e geralmente rejeita as repetições;
- 4) Como os meios de controle são fracos e a difusão do conhecimento na *internet* acontece de forma igualmente intensa por parte da indústria e dos próprios usuários, não há nada que faça os amantes da música se acomodarem diante de rótulos padronizados. Aqui, a indústria para se adaptar se reinventa a cada dia e, em muitos casos, se utiliza da produção dos internautas como estratégia de aproximação.

Existem, portanto, novas relações de consumo e novas concepções de identidade que surgem com o avanço tecnológico que a era digital proporciona. Se as categorias criadas por Marx e pelos frankfurtianos que teorizaram sobre a Indústria Cultural já não dão conta por completo da realidade do século XXI, não existe também uma resposta completa hoje para substituir as anteriores.

Parece-me, na verdade, que essa resposta absoluta que cada um procura incessantemente, está cada vez mais distante. O ocidente carrega consigo a herança do discurso homogeneizador, apaziguador, mas o mundo de hoje, em oposição a isto, é cada vez mais conflituoso e disforme.

Nietzsche antecipou isto no fim do século XIX, e não parecia estar errado quando afirmou:

O erro dos filósofos reside no fato de verem na lógica e nas categorias da razão, em vez de meios para acomodar o mundo para fins utilitários (...) o 'critério de verdade'. (...) A ingenuidade consistia simplesmente em tomar a idiossincrasia antropocêntrica pela *medida das coisas*, como normal do 'real' e do 'irreal': em uma palavra, de tornar absoluta uma coisa que é condicionada. (NIETZSCHE, 2007, p. 251)

A questão principal aqui é que a cultura ocidental, a partir de Sócrates e Platão, de acordo com a crítica de Nietzsche, se distanciou das possibilidades de experiência do conflito. O que se procura desde o início do projeto socrático é a institucionalização da razão e a busca por uma resposta única e determinante que abarque a realidade como um todo. Para Nietzsche,

ao contrário, a condição própria do ser humano é um deixar-se levar pelo impulso, pela potência própria à vida.

A contradição, nesse contexto, não é só aceitável como até mesmo desejável. É em sua imperfeição que cada um pode exercitar mais ativamente sua relação com a natureza e com os outros. Em total oposição a isto, a proposta de igualar e diluir as diferenças não abarca as necessidades humanas, mas domestica os impulsos e prepara cada cidadão para a coletividade e produtividade do mundo capitalista.

O que se pode ver hoje não é o mundo pensado por Nietzsche, o mundo dos espíritos livres, da sociedade que adota a estética como valor máximo digno de atenção e que considera que a verdadeira educação é a que educa para a rebeldia. Não, esse mundo nietzschiano parece tão ideal quanto o mundo sonhado por Platão, ainda que em outras circunstâncias.

De qualquer forma, esse mundo de hoje também não é um projeto absoluto, uma via de mão única. O que o século XXI traz de potencialidade é justamente aquilo que Nietzsche defendia com afincos: a emancipação do ser humano em suas particularidades. Em “A Gaia Ciência”, Nietzsche, em um dos poucos elogios que ainda fazia a Richard Wagner, afirma que assim como este

(...) nós também devemos ter uma vida que tenha uma razão perante si própria! Nós também devemos crescer e nos expandir livremente e sem temor, num inocente amor de nós mesmos, de nossa própria personalidade. (NIETZSCHE, 2006, p.109)

É esse mesmo desejo de liberdade sem temor, de estímulo à personalidade, de primazia do indivíduo, que a cultura atual comporta e estimula. Não vão deixar de existir os modismos e o mercado oficial não vai deixar de influenciar gostos e predisposições, mas as possibilidades de buscar outras alternativas são hoje maiores e mais efetivas.

Esse novo mundo do consumo que apresento a seguir se reflete em uma nova concepção de ser humano, completamente multifacetado e contraditório, às vezes incorpóreo, às vezes sensível à realidade. Um ser humano que é ao mesmo tempo cidadão do mundo e conhecedor do cotidiano mais simples. Que tudo isto traga muita confusão e conflito parece inevitável,

mas, seguindo o pensamento de Nietzsche, talvez não exista também nada mais humano do que isso.

2.1 Um novo mundo do consumo

Quando a rapidez na produção para o mercado consumidor se tornou incontrolável e quando as relações humanas se tornaram reféns da pressa do cotidiano, não foi mais possível identificar com clareza a posição de cada um na relação com as mercadorias.

Se antes era mais simples hierarquizar os cidadãos em suas diferentes classes, hoje isso se torna cada vez mais difícil. Além disso, o consumo de produtos específicos deixou de ser possibilidade apenas desta ou daquela classe social.

Não quero dizer com isso que todos podem comprar tudo e ter acesso aos melhores produtos, a seu bel-prazer. Provavelmente sempre existirão facilidades maiores de acesso para algumas pessoas em detrimento de outras. No entanto, o deslocamento de certos produtos em relação aos seus consumidores se torna cada vez mais híbrida.

Se em alguma época foi possível identificar a classe social de alguém pela música que esta pessoa consumia, hoje isto se torna inviável. É provável que os consumidores da música popular executada nas trilhas de novelas televisivas pertençam aos mais diferentes níveis de escolaridade e tenham perfis econômicos completamente distintos.

Da mesma maneira, em uma escola pública de ensino médio será possível verificar que muitos estudantes estão portando *ipods* e celulares avançados, em que escutam os maiores sucessos da música *pop* mundial. Poucos produtos culturais poderiam ser classificados no mundo de hoje como exclusivos de uma única classe social.

Claro que isto não se aplica a tudo. Grande parte das obras de arte de hoje ainda detém um caráter de especialização e são direcionadas para um público iniciado. Canclini, em “Culturas Híbridas”, cita um bom exemplo desta distinção social de classe que possibilita, e limita, o acesso à arte:

Para apreciar uma obra de arte moderna, é necessário conhecer a história do campo de produção dessa obra, ter a competência suficiente para distinguir, por seus traços formais, uma paisagem renascentista de outra impressionista ou hiper-realista. Essa “disposição estética”, que se adquire por pertencer a uma classe social, ou seja, por possuir recursos econômicos e educativos que também são escassos, aparece como um ‘dom’, não como algo que se tem, mas ao que se é. (CANCLINI, 1997, p.37)

O mais grave aqui é, ao meu ver, a determinação da aceitação da condição econômica e acadêmica como algo inato à pessoa. A questão simbólica também é importante, pois se faz, através desta distinção, uma separação entre seres humanos mais ou menos capacitados, possuidores ou não de uma sensibilidade estética para compreender determinadas linguagens e formas de expressão.

Canclini ressalta que a arte cria convenções que geram repercussão na organização social ao mesmo tempo em que exigem uma compreensão de suas regras, símbolos, materiais etc. Por exemplo, assistir a um espetáculo de dança contemporânea não é a mesma coisa que assistir a uma exibição de dança popular. As duas formas de dança possuem peculiaridades que precisam ser absorvidas pelo espectador.

O problema, no entanto, é o que decorre disto, através do que Canclini chama de “integração e discriminação com respeito ao público” (CANCLINI, 1997, p.40). Para ele, em primeiro lugar, existe a formação de um mundo próprio da arte, com convenções e conhecimentos específicos que distinguem o público consumidor frequente e especializado de um público ocasional e curioso. Depois, há também os setores da arte que criam certas formas de desenvolvimento bem apuradas, para distanciar esses públicos mais e mais, atraindo os especializados e afastando os casuais.

Tudo isso sustenta a afirmação de que existe ainda uma separação e hierarquização da arte e da cultura, separação que se reflete, necessariamente, também na forma como consumimos determinados produtos.

Mas Canclini afirma ainda que estas diferenças têm se diluído cada vez mais, desde os movimentos das vanguardas europeias, que se espalharam pelo mundo todo, até a revolução tecnológica iniciada no fim do século XX.

As concepções elitistas de arte e cultura, e a própria compreensão do que é uma sociedade efetivamente “cultura”, talvez nunca deixem de existir, mas o fato é que estes distanciamentos estão se tornando cada vez menores:

A interação do culto com os gostos populares, com a estrutura industrial da produção e circulação de quase todos os bens simbólicos, com os padrões empresariais de custo e de eficácia, está mudando velozmente os dispositivos organizadores do que agora se entende por “ser culto” na modernidade. (CANCLINI, 1997, p.63)

O século XX iniciou esta mudança que hoje está cada vez mais latente³⁶. Pensando em exemplos ligados à música posso lembrar, no nível do senso comum, da mistura do *jazz* com o samba que gerou a bossa nova³⁷, da mistura do rock inglês com a música popular que criou a *tropicália*, da mistura entre o rock e o maracatu que desencadeou o movimento conhecido como *manguebeat* na década de 1990 etc.

Hoje, com a *internet* e a disseminação de métodos cada vez mais simples, baratos e eficientes de produção, os experimentalismos na música ganham espaço no mesmo volume que aumentam as produções musicais mais “tradicionais”, feitas em estúdios caseiros e com condições razoáveis de qualidade para o público em geral.

Pensando justamente nesta questão da qualidade e de sua relação com o consumo quero abrir aqui uma discussão que considero necessária. Fernando Iazzetta, em “Música e Mediação Tecnológica”, mostra como o argumento da tecnologia e da fidelidade das gravações foi importante na constituição de um público consumidor especializado.

³⁶ Importante ressaltar que o livro “Culturas Híbridas”, de Canclini, foi lançado originalmente em 1989 e aborda muitas questões que ainda hoje são tratadas como atuais. Os mais de 20 anos que nos separam do lançamento deste livro só ampliam, portanto, a fala do autor. Com a *internet*, a *ciberarte* e a digitalização do conhecimento é cada vez mais pulsante a ideia de que vivemos em um mundo de cultura efetivamente híbrida e é mais difícil acreditar que qualquer manifestação artística poderá se manter ainda, por muito tempo, em uma tentativa elitista de especialização e seleção de público iniciado.

³⁷ É preciso ficar claro que esta afirmação aparece aqui realmente como síntese do senso comum sobre a bossa nova. Como me alertou corretamente o prof. Dr. Roberto Thiesen, a bossa nova é muito mais do que uma simples mistura do jazz com o samba. O fato é que os iniciadores do movimento da bossa nova no Brasil tiveram referências musicais muito próximas das dos compositores americanos do jazz (o repertório de piano em Chopin, por exemplo). Daí os conjuntos harmônicos e estruturas tão semelhantes. Essa observação vale também para as outras comparações, dado que existem sem dúvida mais ingredientes no surgimento da *tropicália* e do *manguebeat* do que podemos imediatamente supor.

O termo *hi-fi* (*high fidelity*) foi introduzido pela indústria fonográfica como uma das estratégias de mercado para convencer seus consumidores de que a música reproduzida por aparelhos como fonógrafos, gramofones e, posteriormente, toca-discos era “fiel”, ou seja, era uma representação adequada da música realizada ao vivo. (IAZZETTA, 2009, p.114)

Isso era importante para compensar “o desconforto causado pela situação inusitada de se ouvir música dentro de um quarto ou de uma sala sem estar presente no momento de sua execução” (IAZZETTA, 2009, p.89). Para um público habituado com a ideia de que o ato de ouvir música não poderia estar dissociado de uma experiência real, qualquer simulação ou reprodução implicava em ter que encarar uma ilusão como algo verdadeiro.

Iazzetta demonstra, baseando-se em revistas e em publicações especializadas da época, que a inserção da tecnologia musical dentro dos lares, aconteceu obedecendo a alguns fatores técnicos e familiares.

Em primeiro lugar, a inserção do fonógrafo e do gramofone (nas décadas de 1910 e 1920), do rádio (nas décadas de 1920 e 1930) e dos sistemas *hi-fi* (nas décadas de 1950 e 1960) se deu por um *marketing* agressivo da indústria do entretenimento, que procurou provar para os consumidores, dentre outras coisas, que:

a) tocar³⁸ música em um aparelho de som pouco diferia de tocar um instrumento de verdade;

b) a qualidade da música executada pelos aparelhos era bem fiel à música executada por músicos ao vivo.

Em segundo lugar, a utilização destes aparelhos gerou um embate entre os gêneros masculino e feminino na luta por espaço dentro de casa. Tradicionalmente na cultura ocidental do século XX e, em especial, entre as famílias de classe média, se convencionou que ao homem competia o trabalho

³⁸ “O uso do verbo ‘tocar’ tem uma função específica nesse contexto que pode passar despercebida nos dias de hoje. A escolha desse verbo faz parte de uma estratégia de marketing usada ao início da indústria fonográfica para convencer os consumidores de uma certa equivalência entre *tocar* fonógrafos e gramofones e *tocar* música. Não foi certamente uma escolha neutra” (IAZZETTA, 2009, p.33). Apesar da internalização do termo, esse uso do verbo “tocar” ainda causa estranhamento para algumas pessoas em situações específicas. Por exemplo, quando se diz que um DJ vai tocar em uma festa, isto não quer dizer que ele vai tocar da mesma maneira que um violonista toca um instrumento, mas o mesmo verbo “tocar” será utilizado em ambas as situações.

fora de casa e à mulher o trabalho doméstico. De acordo com Iazzetta, os primeiros aparelhos de som domésticos eram antiestéticos e desajeitados, tendo geralmente seu espaço reduzido à garagem ou a um quarto improvisado.

Para conquistar o ambiente doméstico, as tecnologias de áudio tiveram que eliminar a guerra de gêneros, e o primeiro passo foi sempre o mesmo: ganhar a confiança de quem gerencia a residência; no caso típico, a esposa. (...) foram necessárias duas medidas: em primeiro lugar, modificar a aparência dos aparelhos, escondendo seus mecanismos para que eles pudessem ser integrados à sala de estar (...). Em segundo lugar, (...) foi preciso tornar a tecnologia *transparente*, quer dizer, embuti-la numa caixa-preta cujo funcionamento seria invisível ao usuário. (IAZZETTA, 2009, p.117)

Começou assim a corrida da indústria fonográfica em busca de tecnologias que tornassem os aparelhos cada vez menores, mais bonitos e mais eficientes. E se para as esposas era importante que o aparelho de som favorecesse, ou pelo menos não prejudicasse, a harmonia doméstica, para os homens, os principais usuários, era importante que essas mudanças no perfil dos aparelhos não destruíssem sua qualidade.

Importante ressaltar aqui que a ideia de alta fidelidade não representava uma popularização de tecnologias, antes o contrário. Os primeiros rádios da década de 1920, por exemplo, eram vendidos em *kits* e precisavam ser montados por usuários experientes e com habilidade razoável em eletrônica. Da mesma forma os aparelhos *hi-fi* eram dedicados a um público especializado, com conhecimentos técnicos bem acima da média.

Além de exercitarem os conhecimentos e ocuparem seus momentos de lazer, os aficionados por essas tecnologias formavam uma espécie de comunidade fechada, cujos membros detinham um conhecimento especial e restrito. (IAZZETTA, 2009, p.115-116)

Quer dizer, a exigência da qualidade nos aparelhos domésticos não era uma exigência do público comum, mas de pessoas com conhecimentos bem específicos e que possuíam como *hobbie* a tecnologia de áudio. Além disso, o principal motivo para a miniaturização e simplificação dos aparelhos domésticos não foi uma exigência dos especialistas, mas sim uma alternativa da indústria para que os aparelhos pudessem mais facilmente entrar na sala de estar, autorizados pelas esposas, podendo inclusive ser manipulados por elas,

já que possuíam agora uma estrutura modesta de botões e comandos simplificados.

Ora, parte dos argumentos existentes hoje contra a utilização das tecnologias digitais, ou com sérias restrições a essa utilização, giram em torno da ideia de que a tecnologia digital geralmente é má aplicada (principalmente por usuários amadores), condicionando as produções atuais a um nível de qualidade necessariamente inferior ao que vinha sendo produzido antes.

O surgimento recente de publicações como o livro “Como gravar suas músicas e colocar na *internet*”, de Leo Coulter e Richard Jones, parece veladamente defender esta postura, ao mesmo tempo em que, ideologicamente, sustenta um apego às tecnologias *vintages* como soluções mais eficazes para a qualidade do trabalho musical.

Vou apresentar aqui algumas questões que a leitura deste livro me trouxe, por achar que ele representa bem a situação da música de hoje em relação com essa possível separação entre a facilidade de produção e a qualidade dos resultados.

Na introdução do livro os autores deixam claro o objetivo da obra:

Queremos incentivar você a descobrir as maravilhas da gravação caseira e evitar suas armadilhas; queremos que você produza sons incríveis que sejam inteiramente de sua autoria. Os samples têm seu lugar, é claro, especialmente no hip-hop, pop e outros gêneros nos quais o uso de caixas de ritmo seja obrigatório. Contudo, até mesmo os samples terão mais eficácia se forem compostos por você. Acreditamos que a gravação de performances em tempo real é a melhor maneira de colocar suas músicas acima dos resultados inferiores de seus concorrentes e deixar você em evidência! (COULTER & JONES, 2010, p.8)

Este único parágrafo já revela muitas coisas sobre as preocupações dos autores (bem próximas do discurso da indústria fonográfica): a questão dos direitos autorais, a restrição à utilização dos *samples*, a separação de gêneros musicais e classificação de alguns como mais ou menos aptos a determinadas práticas, a defesa da performance real em oposição à simulação que muitos *softwares* proporcionam e o estímulo à concorrência no mercado oficial.

É preciso dizer que os autores deste livro possuem e dirigem estúdios de gravação convencionais, estudaram na Universidade de Cambridge e

trabalham também como músicos contratados dentro da indústria oficial. Não parecem ser, portanto, verdadeiros defensores da cultura do “faça você mesmo”.

Além disso, nas sugestões dos autores, uma boa gravação caseira depende tanto do talento dos músicos quanto do uso de equipamentos tradicionais misturados com *softwares*, *plug-ins* de edição etc. Quando citam trabalhos de músicos como referência, fazem questão de lembrar que os melhores discos já feitos surgiram antes da cultura digital e, quando sugerem compras de produtos, se referem sempre a equipamentos clássicos e mencionam os *softwares* apenas como suportes para a produção ou pós-produção.

O livro realmente possui informações esclarecedoras para os músicos em geral e apresentam um passo a passo simples de como utilizar as redes sociais *online* e suas ferramentas para a divulgação da música. No entanto, o livro como um todo parece um apelo desesperado para que o processo de produção oficial do mercado não deixe de existir.

Um exemplo: existem hoje muitos *softwares* que possibilitam que os próprios usuários possam fazer, além da gravação, a mixagem e a masterização de suas próprias músicas. Esse trabalho sempre foi feito por engenheiros de som, que conhecem detalhes técnicos sobre a intensidade dos sons, timbres e frequências, que naturalmente a maior parte das pessoas, mesmo aquelas que apreciam música ou tocam algum instrumento, não precisam conhecer.

Quando este apreciador de música se torna também um músico amador e tem em suas mãos a possibilidade de realizar suas próprias gravações, é natural que ele acredite ser capaz de realizar todo o processo e não apenas parte dele. Assim, mesmo sem possuir uma formação específica, ele irá *mixar* e masterizar suas músicas e os resultados podem ser, claro, os mais variados.

Aqui entra também a intenção de quem produz a música. Boa parte da música produzida no século XX tinha como foco ser executada em rádio. Os artistas tinham como um objetivo real que suas músicas fossem veiculadas através da mídia oficial e esta mídia exigia, como ainda exige, um determinado

padrão de qualidade considerado aceitável. Isso determinava, portanto, que música seria ou não executada, não só pela qualidade da composição, mas principalmente pela fidelidade da gravação, mixagem e masterização adequadas aos padrões de cada época.

Hoje, na maioria das vezes, isso não é necessário. Não que os músicos não desejem que seu trabalho tenha repercussão na mídia oficial, mas duas questões práticas podem ser levantadas aqui:

1) se a intenção principal for divulgar o trabalho e ganhar espaço para as apresentações ao vivo, será necessária uma gravação com um determinado padrão de qualidade?

2) se a música é feita para ser ouvida na *internet* ou em um dispositivo de *mp3*, quem determina qual é o padrão de qualidade minimamente aceitável?

Coulter e Jones, no entanto, não abrem mão de uma postura conservadora:

(...) é aconselhável levar suas músicas a um engenheiro de masterização bem conceituado. Um estúdio de masterização terá periféricos, acústica, monitores e conversores de primeira. Acompanhe a sessão para transmitir suas intenções ao engenheiro de masterização e suas músicas sairão ganhando. (COULTER & JONES, 2010, p.154)

Quer dizer, em oposição ao improvisado, o estúdio tem equipamentos de “primeira”, que farão sua música sair “ganhando”. Não desconsidero que existam pessoas mais preparadas para fazer um trabalho profissional em música. O que questiono é se todos precisam desse tipo de trabalho hoje, ainda que para fins profissionais.

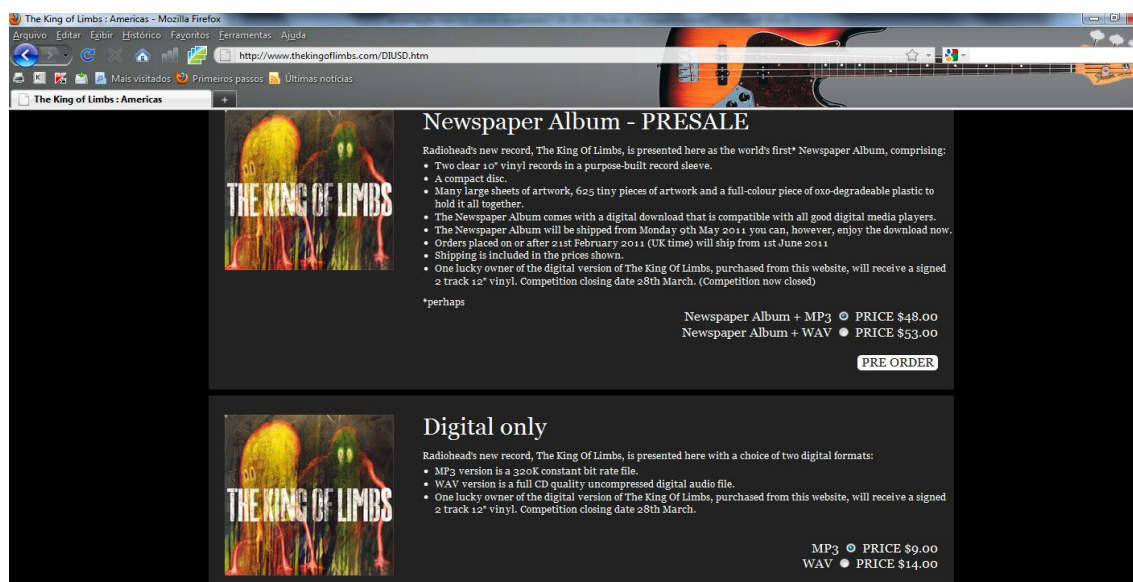
Quem consome e quem produz hoje podem ser as mesmas pessoas, e as exigências destas pessoas não são necessariamente as exigências da alta fidelidade de gravação ou da qualidade de equipamentos e materiais. É provável que parte destes consumidores esteja mais em busca de diversidade e novidade constante do que de qualquer outra coisa.

Um exemplo simples está na utilização em massa dos arquivos do tipo *mp3*. Um arquivo em *mp3* é um arquivo comprimido, que descarta parte das frequências das músicas. A finalidade principal do *mp3* é deixar os arquivos mais leves mantendo uma qualidade próxima da qualidade do *cd*. A maior parte

das pessoas, no entanto, certamente não se incomoda em ouvir essa música com uma qualidade “quase” de *cd*. Na verdade, é provável que a maioria nem sequer note a diferença.

Não é por isso, contudo, que o argumento em defesa da qualidade deva ser abandonado por completo. Recentemente a banda inglesa Radiohead lançou um disco através de seu *site*³⁹ (**figura 9**), permitindo que os usuários adquirissem o novo álbum de duas formas: comprando apenas o *download* digital ou comprando o *download* digital e uma cópia física do disco, que acompanha não só um *cd*, mas também um vinil, além de artigos promocionais.

Figura 9 – *Printscreen* do *site* da banda Radiohead com a pré-venda de seu novo álbum.



Fonte: <http://www.thekingoflimbs.com/DIUSD.htm> Acesso em: 14.05.2011

O importante, no entanto, é a existência de duas opções de *download*: por *mp3* ou por arquivo *wav*, que é um arquivo não comprimido, com a qualidade do *cd* original. O *site* não oferece nenhum dado quantitativo, mostrando quantas pessoas pagaram pelo *mp3* ou pelo arquivo *wav*⁴⁰, mas o simples fato de existir a opção significa que existe alguma demanda pela qualidade do áudio, mais do que pelo seu simples acesso. De qualquer forma, em linhas gerais, concordo com Iazzetta:

O que está em jogo não é mais a qualidade do áudio, já que as tecnologias atuais parecem oferecer muito mais do que um ouvinte

³⁹ <http://www.thekingoflimbs.com/>

⁴⁰ Vale lembrar que o arquivo *wav* é cinco dólares mais caro.

médio necessita, mas uma qualidade de escuta que está totalmente sujeita ao ambiente e aos contextos em que ocorre. (IAZZETTA, 2009, p.128)

A incorporação do computador como um elemento importante dentro do cotidiano das pessoas tem certamente muito a ver com isso. Iazzetta (2009) ressalta que o aspecto mais importante do computador está no fato de se tratar de uma máquina genérica, que serve a diversos propósitos, atingindo assim a um grande público e integrando-se aos ambientes familiares sem muitos problemas.

No caso específico da música, no entanto, é possível destacar o fato de que o computador é uma ferramenta para criar ferramentas, uma metaferramenta, como afirma Arlindo Machado:

O computador (...) seria algo assim como uma metaferramenta, uma ferramenta (hardware) com a qual se pode “manufaturar” outras ferramentas (software): o produto final não é senão a atualização de uma das possibilidades fenomênicas do programa, este sim o manancial de materiais simbólicos nos quais vem banhar-se e embebedar-se a comunidade dos usuários (MACHADO, 2009, p.195)

A possibilidade de se utilizar o computador como um propulsor de possibilidades artísticas interessa, portanto, muito mais do que sua capacidade de produzir dados em determinada qualidade.

E esta parece ser uma característica mais marcante que qualquer outra: “A perda na qualidade dos dados transmitidos devido à capacidade da rede é compensada pela disponibilidade on-line, e a propriedade e o colecionismo são trocados pela ubiquidade”. (DOMINGUES, 2009, p.32)

A única ressalva que faço aqui à afirmação de Diana Domingues é sobre o colecionismo, que ao menos em termos de música, não foi abandonado, mas ampliada com a tecnologia digital. Como bem afirma Iazzetta, “estamos vivendo um momento de troca da alta-fidelidade pela alta-acessibilidade” (IAZZETTA, 2009, p.128), e este acesso quase irrestrito abre espaço para a possibilidade de armazenamento absurdo de músicas, em quantidades antes inimagináveis.

Não falo, portanto, de um consumidor que adquire o que pode consumir, mas de um consumidor que procura o máximo de acúmulo, mesmo sem a possibilidade efetiva de utilização de todos os dados armazenados.

São esses consumidores, menos exigentes em termos de qualidade e mais exigentes em termos de variedade, que obrigam a indústria a procurar novos mecanismos de acesso. Não é mais possível determinar, com um nível de segurança razoável, que classes consomem o quê, mas ao mesmo tempo não é possível criar produtos para todos. Que tática utilizar então?

Baudrillard, em “À sombra das maiorias silenciosas”, afirmou que “antigamente bastava ao capital produzir mercadorias, o consumo sendo mera consequência. Hoje é preciso produzir os consumidores” (BAUDRILLARD, 1985, p.15). Antes, o sentido ideológico e político de certos produtos garantia a demanda de oferta, mas hoje a criação de sentidos é excessiva e, para Baudrillard, a tendência de todo consumidor passa a ser o silêncio diante da infinidade de produtos.

Baudrillard é pessimista em relação ao público consumidor, vendo na “massa” apenas um simulacro inerte e sem autonomia diante de suas próprias escolhas:

A massa realiza esse paradoxo de ser ao mesmo tempo um objeto de simulação (ela só existe no ponto de convergência de todas as ondas médias que a descrevem) e um sujeito de simulação, capaz de refratar todos os modelos e de revertê-los por hiper-simulação (seu hiperconformismo, forma imanente de humor). (BAUDRILLARD, 1985, p.17)

Assim, essa “massa” inerte não é sujeito ou objeto, e nem consegue, tampouco, se situar concretamente entre uma coisa e outra. E lançando mão de uma hipótese que o próprio Baudrillard chama de vertiginosa, ele pressupõe que a “massa” não está, em sua passividade, “aquém, mas além da política” (BAUDRILLARD, 1985, p.22). A massa é, portanto, “transpolítica”, mas esse nível “além” não confere à “massa”, segundo Baudrillard, uma autonomia crítica. O que se dá é o contrário, é o hiperconformismo.

Este trabalho de Baudrillard foi publicado em 1978. Nessa época, vivenciando uma derrocada aparentemente sem fim do ser humano desiludido

e desencantado com o mundo, estas ideias certamente faziam sentido. Mas elas ainda servem como explicação satisfatória hoje?

Em linhas gerais, o que os autores da pós-modernidade, como Baudrillard, Frederic Jameson e Zygmunt Bauman, vislumbram é um universo catastrófico. Para eles a banalidade, a transitoriedade e a liquefação representam não só os objetos consumidos, mas os próprios consumidores. A ilusão de realização através do consumo, o excesso de imagens, a integração social em torno dos produtos, o domínio da publicidade como espetáculo e a frustração decorrente da não-satisfação com as mercadorias, são os símbolos de uma queda inevitável.

No entanto, apesar disso tudo, o simulacro do mundo contemporâneo (e o nosso mundo é, cada vez mais simulado) não deslocou as pessoas para uma hipertrofia intelectual e cultural absoluta, antes o contrário. Nunca foi possível imaginar tantas possibilidades de interferência e mobilização por parte do público em geral. Nunca fomos tão massacrados de informações pela mídia, mas também nunca tivemos tanta oportunidade de reagir.

Parece um fato a afirmação de Guy Debord, em “A sociedade do espetáculo”, de que a arte, quando passou a ser avaliada como obra particular, acabou por perder seu sentido mítico e ritual dissolvendo-se junto com a cultura moderna (DEBORD, 1997). No entanto, esse processo não foi contínuo e hoje existe um resgate das possibilidades da arte como trabalho de construção coletiva.

Não quero parecer otimista demais, mas não acredito também que o tom apocalíptico dos textos das décadas de 1960, 1970 e 1980 seja a única alternativa para pensar o mundo do século XXI. Mas não sendo a única, isso não quer dizer que ela não tenha suas contribuições.

Por exemplo, um projeto de pesquisa intitulado “Avaliação do Impacto Sócio-Ambiental causado pela utilização de som automotivo na praia do Araçagy” e coordenado pelo prof. Dr. Roberto Thiesen, da Universidade Federal do Maranhão, procura realizar um mapeamento sonoro da praia do Araçagy, em São Luís do Maranhão, para verificação os possíveis índices de poluição sonora. Este projeto apresenta uma questão importante ligada à

ecologia sonora a partir do avanço da tecnologia que permitiu o surgimento de sons automotivos cada vez mais potentes. E tudo isto traz consequências:

Com o crescimento da tecnologia de sonorização e expansão da indústria cultural da música, a utilização de equipamento sonoro de alta potência foi gradativamente se estendendo a partir do uso doméstico e apresentações em ambientes de espetáculo público para as manifestações musicais de caráter individual e autônomo. O som automotivo pode ser acionado em qualquer hora e em qualquer local com uma faixa ampla de níveis de pressão sonora. Utilizado como fonte sonora móvel equipada com amplificadores de som potentes, o veículo sonorizado presta-se tanto ao uso privativo e individual quanto à transmissão pública de propaganda comercial, política ou religiosa ou promoção de atividade recreativa (trios elétricos, shows etc.). Mesmo carros de passeio podem tornar-se fontes móveis com ampla capacidade de reprodução sonora de alta potência, produzindo som incômodo e em níveis de pressão prejudiciais tanto para ouvintes no raio de alcance da emissão quanto para os próprios emissores. (THIESEN, 2010)

Quer dizer, existe uma implicação, provavelmente negativa, neste tipo de uso da tecnologia, levando talvez a uma regressão da audição ou da percepção das pessoas sobre o sentido do que está sendo ouvido, já que o mais importante parece ser a potência do som do carro, que dá um certo prestígio ao seu dono.

Este projeto em desenvolvimento na Universidade Federal do Maranhão nos oferece, de certa forma, o tom da situação em que vivemos: a tecnologia abre possibilidades que podem enriquecer ou prejudicar nossas vidas ao mesmo tempo em que podem favorecer a construção de novas identidades. Mas essas identidades não são mais fixas.

A própria concepção de identidade no ciberespaço parece confirmar isso, quando se pensa que a ideia de um trabalho em prol do ser humano não tem mais relação com o sonho iluminista de progresso alcançável através da supremacia da razão. Como afirma Lévy, “hoje em dia, ninguém mais acredita no progresso, e a metamorfose técnica do coletivo humano nunca foi tão evidente” (LÉVY, 1993, p.8).

É a conversação coletiva que possibilita a criação de opiniões e a construção de identidades na cibercultura. E isso, ainda que em um nível micro, é muito significativo, principalmente se se considerar que por muito tempo parte de nossas identidades (no caso do consumo da cultura, por

exemplo) não adivinham apenas de uma reflexão ou predisposição de cada pessoa, mas também de uma imposição da mídia oficial.

Um pouco do processo da construção dessa identidade no ciberespaço através da utilização do ambiente online é o que abordo a seguir, tendo em vista alcançar algum vislumbre da identidade dos músicos de hoje.

2.2 Identidades e imersão online

A utilização da *internet* representa muito mais do que apenas um espaço de entretenimento ou uma ferramenta que possibilita contato com informações. Na *internet* se desenvolve um microcosmo do todo que são as relações humanas.

É comum o alerta de que as pessoas no século XXI têm perdido o interesse pela vida social e que a tecnologia tem afastado os seres humanos tornando a vida cada vez mais artificial. Contra esse tipo de argumento, só gosto de lembrar que a vida nas comunidades virtuais é a vida das pessoas reais.

Não são máquinas que acessam comunidades, compartilham arquivos, mobilizam pessoas em torno de causas que acreditam, constroem *blogs* e produzem e divulgam sua arte. As máquinas, criadas pelos seres humanos, são os suportes utilizados para que tais tarefas possam ser realizadas.

O problema maior, no entanto, é reconhecer que, de fato, existe mais do que a simples utilização de uma máquina. As tecnologias digitais, mais do que qualquer outra tecnologia, lançam a questão: o que é o real?

O usuário que utiliza a *internet*, para qualquer fim que seja, não é apenas um ser humano que manipula uma máquina, mas um ser humano imerso em um processo contínuo, interagindo com outras pessoas através das máquinas.

Lúcia Santaella (2003) utiliza o termo “corpo plugado” para definir a situação imersiva da realidade virtual, que pode, segundo a autora, se dar em vários níveis de imersão, tais como:

- a) imersão por conexão, quando o corpo utiliza, por exemplo, um computador, através do qual a relação de imersão é mediada;

- b) imersão através de avatares, quando o corpo incorpora uma máscara, uma persona diferenciada, através da qual se move e estabelece relações no ciberespaço;
- c) imersão híbrida, quando o corpo vivencia a mistura do presencial com o virtual, como na contemplação de um vídeo em 3D;
- d) telepresença, quando o corpo se sente presente em um local distante e interage com o novo ambiente, jogando com os conceitos de ubiquidade e simultaneidade;
- e) ambientes virtuais, quando o corpo está imerso em uma simulação de realidade virtual, inconsciente do ambiente real.

Todas estas possibilidades já colocam, em seus próprios conceitos, a complexidade da ideia de identidade dentro do ciberespaço.

Por muito tempo a identidade foi entendida como um conjunto de características próprias e exclusivas que permitiam a sensação de personificação do indivíduo. No ciberespaço, no entanto, a identidade pode ser isso, mas pode ser também muito mais. Assim, provavelmente, o mais correto é afirmar que cada um possui identidades, no plural mesmo.

Se Rousseau já reconhecia que a vida social exigia máscaras e dissimulações, é preciso reconhecer que o número destas máscaras não diminuiu, mas aumentou por interesse de cada um que decide usá-las.

Em geral, é possível que isso aconteça pela sensação de desprendimento que a conexão no ciberespaço permite:

O usuário aprende sinestesticamente e proprioceptivamente nesses sistemas que os limites do eu se definem menos pela pele do que pelos círculos de *feedback* que conectam o corpo e a simulação em um circuito integrado tecnobiológico. (SANTAELLA, 2003, p.306)

Ou, simplesmente pela possibilidade de sentir-se parte de uma construção coletiva onde as forças que se medem não são tão desiguais. Com a quantidade excessiva de informações e com a perspectiva real de acesso e discussão sobre os dados que podem ser acessados instantaneamente na *internet*, é animador para qualquer um perceber que ninguém está sozinho neste ambiente de imensidão e, mais ainda, que ninguém está no controle.

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias. O consumo tornou-se um processo coletivo (...) (JENKINS, 2009, p.30)

Claro que este processo de construção de uma nova identidade desemboca nas formas como consumimos produtos, tanto quanto nos relacionamentos que temos com outras pessoas. A questão é reconhecer o limite, dentro de um ambiente de estímulo à liberdade e de possibilidades aparentemente infinitas, do que é humano e do que é meramente ilusão.

Se antes existiam muitos cidadãos comuns, consumidores em geral, e uma indústria da cultura, com um número menor de pessoas no controle dos posicionamentos estéticos e ideológicos em torno dos produtos artísticos, hoje cada um pode exercer qualquer papel.

A evolução contemporânea da liberdade de expressão no ciberespaço, assim como a explosão quantitativa e qualitativa da *web* e de suas diversas ferramentas interativas, participativas e colaborativas, parece caminhar para uma situação onde todas as instituições, empresas, grupos, equipes e indivíduos *tornar-se-ão sua própria mídia* e animarão a comunidade virtual que corresponde à sua zona de influência social. (LEMOS & LÉVY, 2010, p.27)

Ser a própria mídia implica também em lidar com formas específicas de autopromoção e auto apresentação. A forma como cada qual se apresenta, nas comunidades em que participa, nos *blogs*, com cada máscara que assume, define um pouco do jogo de identidades que acontece na *internet*.

A busca pela reputação, pelo poder de influenciar outros internautas, de criar um conteúdo supracitado ou um vídeo com milhares de acessos, parece hoje ser equivalente ao sonho do século XX de conseguir 15 minutos de fama. A diferença é que antes se sonhava calado, enquanto hoje cada um exterioriza seu sonho em alto e bom som. Como bem lembra Jenkins, “Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos” (JENKINS, 2009, p.47).

Além disso, vale lembrar que cada consumidor pode assumir também a *persona* de produtor e, na vastidão da *internet*, é nas redes sociais online que estes novos consumidores, com múltiplas identidades, se degladiam por espaço e reconhecimento. O surgimento e a ampliação destas redes sociais dão mostras de que elas não são apenas modismos e que nelas se desenvolverá boa parte do pensamento e da produção cultural do século XXI.

No próximo capítulo é onde faço uma investigação de dentro das redes sociais, procurando identificar as características essenciais deste ambiente de referência no meio virtual. Também analiso as falas de músicos que utilizam as redes sociais como forma de autopromoção e procuro contrastar seus discursos com os discursos mais gerais, apocalítricos ou não, sobre a *internet* e suas limitações.

3. REDES SOCIAIS E O SONHO DA AUDIÊNCIA PLANETÁRIA

Neste capítulo, abordo a questão das redes sociais virtuais e a importância destas no espaço almejado pelos músicos atuais. Antes, no entanto, quero demonstrar como o debate sobre as redes sociais não se sustenta como um anseio único do século XXI, mas surge de uma necessidade de encontrar um novo paradigma que substitua o modelo cartesiano em que, de certa forma, ainda estamos inseridos.

Vou procurar definir também as redes sociais virtuais em sua forma geral. No momento seguinte, vou expor de maneira mais minuciosa a metodologia que empreguei neste trabalho, ouvindo os músicos e observando as práticas sociais destes mesmos músicos no âmbito das redes sociais. A minha proposta é analisar aqui algumas ações que parecem possuir esta tendência universalizante própria da *internet*, em oposição aos antigos projetos da indústria fonográfica, focados em públicos bem específicos e consumidores catalogados.

A questão do público e dos consumidores que utilizam as redes sociais virtuais e as percepções dos músicos sobre as atuações destes é questão também importante, que desemboca na constituição de um músico multifacetado que é produtor, divulgador e também usuário fervoroso dos instrumentos que utiliza para atingir seus objetivos. Aqui a intenção é que as falas dos músicos se sobressaíam e o meu objetivo é confrontar estes discursos com as práticas reais que tenho observado no ciberespaço.

3.1 Redes e Paradigmas

Quando alguém utiliza o termo “redes sociais”, a referência imediata é pensar esta expressão aliada à palavra “*internet*”. No entanto, nem todas as redes sociais são *online*, ou seja, nem todo processo que envolve um grupo em torno de uma rede social comunicativa e cultural se dá virtualmente à maneira do ciberespaço. Da mesma forma, nem todas as propostas de compreensão da realidade social a partir do conceito de “rede” se deram a partir do advento da *internet*.

Raquel Recuero, no livro “Redes Sociais na Internet”, sintetiza bem a questão:

O estudo das redes sociais (...) não é novo. O estudo da sociedade a partir do conceito de rede representa um dos focos de mudança que permeia a ciência durante todo o século XX. Durante todos os séculos anteriores, uma parte significativa dos cientistas preocupou-se em dissecar os fenômenos, estudando cada uma de suas partes detalhadamente, na tentativa de compreender o todo, paradigma frequentemente referenciado como analítico-cartesiano. A partir do início do século passado, no entanto, começam a despontar estudos diferentes, que trazem o foco para o fenômeno como constituído das interações entre as partes. (RECUERO, 2009, p.17)

A proposta analítico-cartesiana, apontada por Recuero, é clara: trata-se de uma tentativa de constituição de uma ciência universal, que pudesse oferecer um fundamento comum a toda e qualquer ciência que se pretendesse como tal.

A perspectiva de Descartes, enunciada no “Discurso do método” (DESCARTES, 1973), atende ao espírito da época. Descartes é um filósofo do século XVII, momento em que a ciência reflorescia, ou buscava espaço para isso, depois de um longo período de domínio, controle e supressão do conhecimento imposto pela igreja católica. Era natural, portanto, que os cientistas e filósofos estivessem ansiosos por um método universal e eficaz que possibilitasse o progresso que foi fortemente inibido até então. Neste sentido, o método cartesiano é extremamente simples e eficaz.

Posso resumir a proposta cartesiana nos seguintes passos⁴¹:

1. Em primeiro lugar, para Descartes, em hipótese alguma se deve admitir por verdadeira qualquer proposição da realidade sem uma evidência total. Tudo pode, e deve, ser posto em dúvida. Esse é um cuidado necessário para que o pesquisador não se deixe levar pelas ilusões dos sentidos ou por opiniões pré-concebidas.
2. A seguir Descartes afirma que não se pode estudar um problema a partir do todo. A complexidade do problema e de suas partes certamente turvaria a visão do pesquisador. Sendo assim, uma condição necessária para uma pesquisa bem sucedida é dividir o

⁴¹ Descartes desenvolve esses quatro passos do método analítico na segunda parte da obra “Discurso do Método” (Descartes, 1973)

todo em partes, no máximo de partes possíveis. É exatamente este o momento analítico da pesquisa.

3. Um terceiro momento do método é realizar o processo inverso do anterior, ou seja, reorganizar as partes, estudando cada uma em separado, da mais simples para a mais complexa, realizando a síntese.
4. Por fim, Descartes propõe que se faça o maior número de enumerações e revisões que possa fazer, para se ter a certeza de que nada foi omitido.

Como havia dito antes, trata-se de um método bem simples e genérico o suficiente para poder ser aplicado às mais diversas ciências e, sem dúvida alguma, boa parte do espantoso progresso científico que a humanidade vivenciou desde o século XVII se deve à adoção da proposta cartesiana.

Mas esta proposta nos trouxe também, além do progresso técnico e científico, muitos problemas. Com esse modelo de ciência ocorreu uma separação intensa entre o ser humano e o resto da natureza, gerando boa parte dos problemas ecológicos com os quais cada um tem que conviver hoje; as instituições acadêmicas estabeleceram uma divisão do conhecimento por departamentos que (diferentemente do que acreditava Descartes) não estão sendo facilmente religados; os cientistas criaram hierarquias entre as diversas ciências acreditando que umas são mais científicas do que outras e, por isso, também mais importantes e necessárias, por atenderem a certos padrões universais de metodologias⁴²; ocorreu uma cisão entre a valorização da arte como elemento de conhecimento, sendo esta, na maior parte das vezes, relegada ao campo do mero entretenimento etc.

Muitas críticas, naturalmente, surgiram ao modelo cartesiano, fosse por suas consequências ou mesmo por interesse em criar outras metodologias, ainda mais eficazes. Dentro das ciências humanas, uma das tentativas de superação mais interessantes talvez tenha sido a do antropólogo e filósofo francês Edgar Morin, que em diversas obras defendeu um novo paradigma

⁴² E não é esse um dos grandes problemas que as ciências humanas enfrentam ainda hoje na academia?

para o conhecimento e para o encaminhamento das ciências: o paradigma da complexidade.

No livro “Ciência com Consciência”, Edgar Morin defende a tese de que a complexidade não tem sido considerada pelos autores da epistemologia contemporânea, sendo exceção apenas Gaston Bachelard, “que considerou a complexidade como um problema fundamental, já que, segundo ele, não há nada simples na natureza, só há o simplificado” (MORIN, 2007, p.175).

O simples uso do termo “complexidade” já revela uma intenção completamente diferente daquela defendida por Descartes. Enquanto este procura simplificar o conhecimento, eliminando as contradições, Morin entende que a realidade, sendo complexa, só pode ser compreendida em suas contradições inerentes. Simplificar, neste sentido, longe de resolver nossos problemas, cria apenas mais ilusões.

Justamente para defender sua tese, Morin apresenta dois mal-entendidos em relação à questão da complexidade. O primeiro consiste em “conceber a complexidade como receita, como resposta, em vez de considerá-la como desafio...” (MORIN, 2007, p.176). O segundo é “confundir a complexidade com a completude” (MORIN, 2007, p.176).

A proposta apresentada por Morin, em oposição à perspectiva cartesiana e aos caminhos que praticamente todas as ciências adotaram pelo menos até o século XIX, é compreender a complexidade como aquilo que, sendo multidimensional, não oferece todas as respostas, mas respeita as diversas dimensões do conhecimento.

Partindo desta proposição, Morin apresenta aspectos da complexidade que, dentro do paradigma cartesiano, jamais poderiam ser considerados como parte de qualquer pesquisa. Por exemplo:

- 1) a aceitação de que o acaso e a desordem estão presentes em todo processo de conhecimento e não podem ser desprezados;
- 2) a eliminação das tentativas de uma abstração universalista, deslocando até mesmo conceitos aparentemente sólidos como os de singularidade, localidade e temporalidade;
- 3) a assimilação das incalculáveis séries de interações e “inter-retroações” (MORIN, 2007, p.179) que podem ocorrer entre

objetos e seres humanos e entre os seres humanos uns com os outros, tornando impossível uma divisão do conhecimento por partes;

- 4) uma eliminação da compreensão tradicional de ordem e desordem como elementos matemáticos irredutíveis;
- 5) a compreensão da realidade como um sistema complexo que comporta em si mesmo a unidade e a multiplicidade dos mais diversos fenômenos;
- 6) a aceitação do princípio “hologramático”, que é um tipo específico de organização em que “não só a parte está no todo, mas também o todo está na parte” (MORIN, 2007, p.181);
- 7) a compreensão por parte da comunidade científica de que a clareza e a certeza defendida no modelo cartesiano não são apenas difíceis, mas mesmo inviáveis, a ponto da ciência sofrer, no século XX, de uma intensa “crise da clareza e da separação nas explicações” (MORIN, 2007, p.183).

Edgar Morin procura mostrar que não basta apenas trabalhar com a auto-organização, mas precisamos também de uma eco-organização. Além disso, um outro ponto ressaltado pelo autor é que a autonomia “levanta um problema de complexidade” (MORIN, 2007, p.184), fora do determinismo em que se acredita que as relações naturais e talvez até mesmo sociais por vezes se encontram.

Além disso, uma característica essencial da complexidade é a condição da “volta do observador na sua observação” (MORIN, 2007, p.185), considerando que a neutralidade do pesquisador é muito mais um esquema abstrato do que uma realidade palpável. A partir disto surge a regra de complexidade de Morin: “o observador-conceptor deve se integrar na sua observação e na sua concepção” (MORIN, 2007, p.185).

Outro ponto levantado pelo autor é uma crítica à lógica clássica, que descartou a contradição como um problema definitivo sem perceber que a contradição está na base de todo conhecimento. E foi a física contemporânea, até então uma ciência que não aceitava a contradição, que primeiro colocou o problema na atualidade. A partir daí, outras ciências, inclusive as ciências

humanas, se sentiram de certa forma forçadas a olhar para a realidade de outra maneira⁴³.

A conclusão de Morin é que o erro das ciências formalizantes é “terminar acreditando que aquilo que não é quantificável e formalizável não existe ou só é a escória do real” (MORIN, 2007, p.189). Para ele, “a complexidade não tem metodologia, mas pode ter seu método” (MORIN, 2007, p.192), método este que se encontra na necessidade de pensarmos conceitos sem dá-los por concluídos, para que possamos trabalhar em diversos campos do conhecimento sem deixarmos de lado a percepção de que a totalidade é integradora, antes de qualquer coisa.

Acredito que o pensamento em “rede” implica necessariamente em uma aceitação da natureza complexa das relações humanas. Hoje, vivemos na iminência de um tipo de convivência social e cultural que, de certa forma, confirma as ideias de Morin.

Nunca foi tão claro para as ciências em geral que a hiperespecialização é também, e necessariamente, um hiperatrofiamento. Como afirma Morin: “a hiperespecialização impede de ver o global (que ela fragmenta em parcelas), bem como o essencial (que ela dilui)” (MORIN, 2003, p.13).

As discussões e problemas levantados em um sistema de “rede” são problemas que não podem ser parcelados. Aliás, “os problemas essenciais nunca são parceláveis” (MORIN, 2003, p.14) e, mais do que isso, qualquer problema, mesmo estando situado a partir de uma realidade muito específica, está também relacionado com um todo. Essa cisão, essa ruptura abrupta que a ciência moderna insistiu em fazer entre os campos do conhecimento e entre os problemas mais ou menos significantes, de certa maneira impede que cada um

⁴³ Não desconsidero, com essa afirmação, os esforços de Schopenhauer, Nietzsche e Freud, que já no século XIX e início do século XX, polemizaram o papel das ciências humanas e sociais, considerando o ser humano e as relações sociais como um espaço iminente das contradições e das pulsões mais diversas, chegando ao ponto extremo de desconsiderarem a racionalidade como elemento primordial na definição da condição humana. No entanto, apesar destes esforços, o fato é que estes três autores estavam muito à frente de suas épocas e foram efetivamente extemporâneos, como diria Nietzsche. A física contemporânea, por outro lado, talvez por estar na posição de uma ciência com privilégios dentro da hierarquia cartesiana, criou uma cisão profunda na forma de percepção da realidade, permitindo que essas proposições em outras ciências ganhassem fôlego.

possa compreender a complexidade como uma necessidade e não como outro problema.

A visão reducionista que imperou durante tantos séculos oferecia a vantagem de focar a atenção em problemas bem específicos, tornando-os solucionáveis. A questão, no entanto, é que a solução de parte do problema deixa pra trás uma outra parte, que fica no limbo do conhecimento.

Assim, como afirma Morin, no livro “A cabeça bem-feita”, um dos grandes problemas que temos hoje é não saber como abordar nossas questões essenciais, é não saber que direção tomar (MORIN, 2003).

O mundo de hoje é um mundo cada vez mais planetário. A *internet*, as novas mídias, os avanços técnicos e artísticos comprovam isso. Daí o nosso imenso desafio: “quando mais planetários tornam-se os problemas, mais impensáveis eles se tornam. Uma inteligência incapaz de perceber o contexto e o complexo planetário fica cega, inconsciente e irresponsável” (MORIN, 2003, p.15).

O novo paradigma que se impõe a cada um de nós é o paradigma da complexidade, o paradigma dos estudos sociais em rede, em oposição à abstração generalizante que tomou os sonhos dos iluministas.

Kant e seus seguidores, por exemplo, viveram em uma época de obsessão por conceitos e ordenamentos, ao ponto de desconsiderarem os aspectos contraditórios da existência humana como elementos naturais. E as nossas escolas, ainda hoje, reproduzem os erros do pensamento iluminista:

Em vez de corrigir esses desenvolvimentos, nosso sistema de ensino obedece a eles. (...) Obrigam-nos a reduzir o complexo ao simples, isto é, a separar o que está ligado; a decompor, e não a recompor; e a eliminar tudo que causa desordens ou contradições em nosso entendimento (MORIN, 2003, p.15)

A proposta do pensamento complexo é que o conhecimento bem conduzido consegue situar as informações em seus próprios contextos sem a necessidade de operar cisões no problema global.

Uma habilidade natural da inteligência humana é a capacidade de contextualizar, que junto com a capacidade de integrar permite que o

conhecimento seja acessado a partir de suas contradições inerentes. A ciência moderna, no entanto, nos ensinou a atrofiar essas qualidades.

Mas uma pergunta importante é: por que só agora a humanidade se dá conta disso, se tantas foram as tentativas de pensadores corajosos em nos alertar sobre os problemas da hiperespecialização?

Acredito que o motivo é que só agora, com a tecnologia e com o acesso quase irrestrito às informações, a humanidade conseguiu experimentar o que por muito tempo foi apenas promessa. Enquanto muitos autores (Schopenhauer, Nietzsche, a psicanálise, a fenomenologia e praticamente toda a sociologia e a antropologia do século XX) levantaram essas questões essenciais sobre o conhecimento como um todo, o modelo cartesiano de ciência continuava apoiado em seu sucesso e em seu progresso, prometendo, tal como no mais lúdico devaneio iluminista, que um dia o conhecimento seria acessível à grande maioria da população e que nesse momento a razão traria prosperidade, vencendo as superstições e malícias subjetivas que insistiram em manter a humanidade no atraso.

Pois bem, esse dia tão almejado chegou. Há informação por todo lado, o conhecimento é difundido das mais diversas formas, a biblioteca de Alexandria encontrou sua realidade na *internet*. Logo, o ocaso humano deveria acabar. Mas não acabou.

Parece existir ainda mais confusão e problemas do que nunca. Mas na verdade não há mais confusão, o que permanece é o mesmo. Estamos repletos de informações, mas não conseguimos assimilar um terço do que temos e mesmo que conseguíssemos não saberíamos o que fazer com isso. Afinal de contas, fomos educados para separar, simplificar, diluir.

(...) os conhecimentos fragmentados só servem para usos técnicos. Não conseguem conjugar-se para alimentar um pensamento capaz de considerar a situação humana no âmago da vida, na terra, no mundo, e de enfrentar os grandes desafios de nossa época. Não conseguimos integrar nossos conhecimentos para a condução de nossas vidas. (MORIN, 2003, p.17)

A minha tentativa até aqui foi demonstrar que a humanidade precisa e está mudando a forma como compreende a realidade. Para mim essa oposição de paradigmas é bem exemplificada através das propostas de Descartes e

Edgar Morin. Como procurei demonstrar, a perspectiva cartesiana se esgotou em seus problemas, ainda que tenha beneficiado a todos com o avanço tecnológico e com o progresso nos mais diversos campos do conhecimento.

No entanto, apesar deste progresso, ou por causa dele, a humanidade começou a perceber que é necessário pensar o conhecimento através de uma outra lógica:

(...) a ideia de que ordem, desordem e organização devem ser pensadas em conjunto surge de diferentes pontos de partida. A missão da ciência não é mais afastar a desordem de suas teorias, mas estudá-la. Não é mais abolir a ideia de organização, mas concebê-la e introduzi-la para englobar disciplinas parciais. Eis por que um novo paradigma talvez esteja nascendo... (MORIN, 2003, p.114)

A proposta de Morin, de reformar o pensamento e “ecologizar” as disciplinas (MORIN, 2003, p.115), ou seja, considerar tudo aquilo que é contextual a cada disciplina até o ponto em possamos chegar a um tipo de “metadisciplina”, ultrapassando o próprio modo diluído como vemos a realidade e superando por completo o paradigma cartesiano ainda vigente, me parece ser a mais coerente e inevitável das saídas.

Mais do que isso: acredito que isso já está acontecendo e que a discussão sobre as redes sociais justificam de certa maneira esta afirmação. É que vou procurar demonstrar agora.

3.2 Redes Sociais na *Internet*

A sociedade está ligada às mídias de maneira intensa. Qualquer processo midiático que envolva determinado tipo de circunstância econômica ou política em uma sociedade qualquer não pode ser considerada de forma isolada. Na verdade todo processo midiático existe dentro de uma lógica da própria sociedade. Logo, é impossível compreender uma mídia desconsiderando-se a sociedade e vice-versa.

De acordo com Lúcia Santaella as mídias

são inseparáveis das formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de

comunicação traz consigo um ciclo natural que lhe é próprio e que fica impregnado de todas as contradições que caracterizam o modo de produção econômica em que um tal ciclo cultural toma corpo (SANTAELLA, 2003, p.117)

Neste sentido uma forma de organização em termos de “rede social” só pode acontecer a partir de uma sociedade que demande uma necessidade desta forma de organização. Além disso, precisamos somar a essa demanda social os interesses particulares, que criam o nível simbólico da estrutura de uma rede social.

Cada imaginação diferenciada se apropria da *www* de uma maneira própria. Para os arquitetos, urbanistas (...) a *web* é uma cidade virtual em expansão (...). Para autores, acadêmicos, livreiros e editores, é uma abrangente fonte de consulta (...). Para os curiosos, é um lugar de buscas intermitentes, apropriadas a demandas insaciáveis. (SANTAELLA, 2003, p.120-121)

Mais uma vez é importante apontar que nada disso é novo ou próprio da *internet*. O ramo da antropologia simbólica, representada por Marcel Mauss, Clifford Geertz e Claude Lévi-Strauss, dentre outros, já discutia essa percepção da estrutura simbólica da cultura muito antes de existirem as redes sociais online.

Em linhas gerais, a proposta da antropologia simbólica é que a cultura é um sistema coletivo de símbolos e de significados. Os símbolos são criados pelos seres humanos e sua assimilação ocorre a partir da cultura em que se está inserido. De certa maneira, os símbolos surgem por acordos coletivos, por convenções, que estabelecem certo sentido e significado para determinados gestos e expressões linguísticas, por exemplo.

O mais importante, no entanto, é que sendo a cultura um sistema de símbolos coletivamente produzidos, é possível deduzir que esses símbolos podem ser “lidos”, podem ser interpretados, tanto através das imagens, como da fala e mesmo através do corpo de cada indivíduo.

Retomando a observação de Lucia Santaella sobre a *internet* e a partir da aceitação de sua premissa, qual seja, a afirmação de que *internet* cria um espaço de construção simbólica onde cada pessoa cria um significado

próprio para o seu uso, posso então concluir que as redes sociais não se desenvolvem a partir de um interesse corporativo ou comercial unicamente.

O que ocorre é na verdade um espaço multifacetado que permite um sem número de interpretações. E isso porque é essencialmente impossível catalogar o interesse de cada um dos usuários que se interessa pelas redes sociais⁴⁴.

De acordo com Pierre Lévy e André Lemos, as redes sociais representam uma nova maneira de “fazer sociedade” (LEMOS & LÉVY, 2010, p.101). Num tópico intitulado “As comunidades e redes sociais on-line”, do livro “O futuro da *internet*”, os autores abordam a questão pontuando algumas diferenças. Para eles uma sociedade se constitui de agrupamentos econômicos, urbanos, relações de poder, ou seja, os interesses estão no nível macro. Já as comunidades lidam com conceitos como intimidade pessoal e proximidade, quer dizer, se situam no nível micro.

Essa diferença entre sociedade e comunidade é importante para acentuar uma conceituação de comunidade virtual⁴⁵: “Uma comunidade virtual é simplesmente um grupo de pessoas que estão em relação por intermédio do ciberespaço” (LEMOS & LÉVY, 2010, p.101). Em poucas palavras, portanto, é possível afirmar que as comunidades virtuais estão no centro do ciberespaço, já que esse só faz sentido a partir da interação entre seus usuários.

A partir deste conceito de comunidade virtual Lemos e Lévy passam a discutir as propriedades do aspecto comunitário, afirmando que

(...) com as comunidades virtuais e as atuais redes sociais do ciberespaço, seus membros compartilham um espaço telemático e simbólico (mensagens instantâneas, *blogs*, *softwares* sociais, *microblogs*, *websites*) mantendo certa permanência temporal e fazendo com que seus participantes sintam-se parte de um

⁴⁴ Naturalmente, esta condição típica dos sistemas simbólicos gera um problema metodológico interpretativo. E no caso da internet esse problema se amplia. O caminho mais apropriado me parece ser trabalhar com uma pesquisa de campo a partir de um recorte através do estudo de micro-universos. Assim, quero pontuar que o reconhecimento de que a internet representa um espaço de múltiplas interpretações não implica que ela não pode ser estudada de forma minimamente segura. Mas isso ainda será demonstrado até o fim deste capítulo.

⁴⁵ Muitos autores (André Lemos, Pierre Lévy e Lúcia Santaella, por exemplo) utilizam os termos comunidade virtual e redes sociais praticamente como sinônimos, mas não exatamente. As comunidades virtuais englobam as diversas formas de socialização através da *internet*, como *blogs*, jogos eletrônicos coletivos, grupos de discussão e também as redes sociais propriamente ditas, que possuem características próprias, como demonstrarei mais à frente.

agrupamento de tipo comunitário, diferentemente de outros que podem se dar no mesmo espaço telemático sem, no entanto, guardarem qualquer vínculo afetivo e/ou temporal (LEMOS & LÉVY, 2010, p. 102)

Com isso os autores procuram defender a ideia de que nem todo tipo de agrupamento será comunitário, já que isso depende também de um sentimento próprio de “pertencimento simbólico” (LEMOS & LÉVY, 2010, p.102), mais do que da simples possibilidade de se visualizar o conteúdo disponível na *internet*.

Essa perspectiva das redes sociais como estrutura está presente também na análise Raquel Recuero. Para a autora...

Uma rede (...) é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores⁴⁶. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009, p.24)

A perspectiva apontada pela autora é que as redes sociais na *internet* se constituem a partir de uma estrutura social mediada por computadores. Não se trata, portanto, de algo completamente diverso de uma rede não virtual, apenas a mediação é que se dá em um meio diferente.

Antes de avançar para a apresentação dos elementos que compõem as redes sociais, quero fazer uma breve explicação do termo “estrutura” e de como esse termo pode ser importante na análise das redes sociais virtuais.

Claude Lévi-Strauss (1985) define o modelo científico chamado “estrutura” com base em algumas condições. Para o autor um modelo estrutural é aquele que, em primeiro lugar, se organiza a partir de um sistema, ou seja, os elementos que compõem a estrutura se relacionam uns com os outros e qualquer modificação em uma parte implica em uma modificação no todo.

No caso das redes sociais na *internet* esta característica pode ser percebida no conjunto dos atores e das conexões realizadas entre eles. Sem uma das partes ou com uma modificação no comportamento ou mesmo no tipo

⁴⁶ Recuero define as redes sociais como “um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)” (RECUERO, 2009, p.24) Esses elementos serão mais à frente explicados com mais cuidado.

de interação realizada entre os atores, a conexão deixa de ser a mesma. As redes sociais se organizam, portanto, estruturalmente, e seus elementos isolados não se constituem como uma micro-rede.

Outro ponto apresentado por Lévi-Strauss é que o modelo estrutural é suscetível a transformações, quer dizer, existe um certo tipo de dinâmica que caracteriza o movimento da estrutura e dos modelos que ela cria. Isso é importante para que se perceba que o modelo estrutural não implica em uma percepção estática da cultura, antes o contrário.

Na *internet* essa característica também se faz presente. As redes sociais estão em movimento constante, modificando as formas de interação e propondo atualizações constantes na forma como nos relacionamos com os outros. Quem usa a *internet* desde o fim da década de 1990, por exemplo, reconhece que o ambiente virtual é hoje completamente diverso daquele. O que existe hoje é um novo modelo estrutural.

Uma questão importante levantada por Lévi-Strauss, no entanto, é que, em um modelo de estrutura, é possível minimamente prever como o modelo estrutural reagirá se um elemento do todo é modificado. Nas redes sociais na *internet* essa premissa é essencial para que se possa confiar e investir em um trabalho de pesquisa. Caso contrário, o pesquisador dependeria do puro acaso.

Por fim, Lévi-Strauss ressalta que o modelo estrutural deve permitir a explicação dos fatos observados pelo pesquisador. Esta é uma característica de coerência com as anteriores e, aceitando que as redes sociais funcionam como estrutura, devo partir do princípio que a observação me fornecerá elementos consistentes para a sua investigação, como procurarei demonstrar depois de explicitar os elementos das redes sociais.

3.3 Elementos das redes sociais na *Internet*

As redes sociais virtuais são compostas basicamente por dois elementos: os atores e as conexões (RECUERO, 2009). Os atores são todo o conjunto de pessoas envolvidas em determinada rede. O importante aqui é perceber que “como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as

estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais” (RECUERO, 2009, p.25).

Assim, é possível afirmar que não existe rede social sem atores, sem seres humanos. As redes sociais na *internet* são mediadas por computadores, mas não são (e não vejo possibilidade de que isso ocorra) feitas a partir da interação exclusiva entre as máquinas.

Um elemento essencial no estudo das redes sociais na *internet* é perceber que estes atores não são facilmente discerníveis em todos os casos. Por isso “trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço” (RECUERO, 2009, p.25). Mas que representações são essas? Essas representações se dão a partir das possibilidades que as redes oferecem de apresentação e constituição do sujeito no ciberespaço.

Um exemplo: quando visualizo um perfil de um músico em uma rede social eu terei acesso ali apenas às informações que este músico decidiu disponibilizar. E como a customização permite ocultar praticamente tudo, é provável que eu não reconheça esse músico que acompanho se encontrá-lo na rua, já que ele pode dissimular sua aparência real e mesmo o local de onde ele publica aquele conteúdo que estou visualizando. Nesse caso, então, é possível dizer que o ator é o próprio perfil e não a pessoa.

Claro que no caso de um músico com intenção de construir uma carreira, o uso da *internet* para expor seu trabalho terá como proposta divulgar, mostrar e não esconder. De qualquer forma, o mais cuidadoso é trabalhar com o ator a partir de sua representação no ciberespaço.

Um debate essencial aqui, e que será trazido à tona mais adiante, é a questão da identidade no ciberespaço. Recuero defende a tese de que as redes sociais funcionam como um espaço de construção constante de uma identidade que procura se expressar com a possibilidade que cada usuário tem de se recriar através de seu perfil, se apropriando das possibilidades que a *internet* oferece.

Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” no ciberespaço, um espaço privado e, ao mesmo tempo, público. Essa individualização dessa expressão, de alguém “que fala” através desse

espaço é que permite que as redes sociais sejam expressas na *Internet*. (RECUERO, 2009, p.27)

Isso ocorre principalmente pela necessidade humana de se expor publicamente⁴⁷. Necessidade essa que é amplificada pelos mecanismos que a *internet* possui, sendo o principal, a meu ver, a sensação de anonimato.

Existe, portanto, algo de extremamente curioso e contraditório na constituição dos atores das redes sociais. Se por um lado o que se busca é a exposição e a sociabilidade, por outro o mecanismo mais comum para isso é a construção de uma identidade diversa daquela do mundo não mediado por computadores. E tudo isso feito com a segurança de se ver anônimo atrás de uma máquina.

Admito que fiquei profundamente tentado a escrever “construção de uma identidade falsa”, mas quando penso com mais cuidado percebo que a construção dessa identidade se dá mais por uma necessidade do próprio ciberespaço. Como diz Recuero, “é preciso ser ‘visto’ para existir no ciberespaço” (RECUERO, 2009, p.27), logo a única forma de ser ver participante nas redes sociais na *internet* é construindo um perfil, assumindo uma identidade virtual. E essa identidade por mais que esteja conectada a uma pessoa real, pode ser construída por diversos caminhos.

É possível, por exemplo, que muitas pessoas possuam perfis diferentes para circunstâncias diversas da vida como trabalho, questões acadêmicas, familiares, relacionamentos etc. Todas estas pessoas nestes diversos perfis são a mesma pessoa, mas dependendo do interesse ela mostrará apenas o que convém. De qualquer forma, o que quero dizer é que nenhum desses perfis é necessariamente “falso”.

Claro que se uma pessoa cria um perfil com foto, nome e dados pessoais e profissionais que não correspondem em nada a quem ela é, o que se tem é algo realmente muito distante da verdade. Mas não é disso que estou falando. E mesmo em alguns desses casos é possível que o perfil apenas evidencie um desejo de se ser mais do que se é e não simplesmente uma atitude maléfica de tentar enganar a quem quer que seja.

⁴⁷ Não acredito que essa seja uma característica única da sociedade atual, e como esse debate é muito longo para ser desenvolvido aqui, prefiro não polemizar demais a questão.

No caso das redes sociais especializadas em música vou procurar encarar esse limite do que é construção e idealização e do que é palpável. Mas, nesse caso, vejo que o problema é menor, principalmente porque, como mencionei antes, os músicos procuram a *internet* como forma de conseguir prestígio diante de um público em que a sensação de proximidade é efetiva. E se o objetivo é o posterior contato direto com esse público, dissimular a imagem e as capacidades artísticas não irá trazer bons resultados. Mas como tudo é possível, delineei neste trabalho um conjunto de perfis que são confiáveis de serem analisados em grande medida. Mas voltarei a isso em outro momento. Agora é necessário falar do outro elemento das redes sociais: as conexões.

O que Raquel Recuero chama de conexão em uma rede social é aquilo que é “constituído dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2009, p.30). Nesse sentido, é possível afirmar que as conexões representam um elemento-chave no estudo das redes sociais, já que as formas como essas conexões se organizam constituem a característica básica das redes sociais na *internet* atuando sobre a “variação que altera as estruturas desses grupos” (RECUERO, 2009, p.30).

As conexões, além disso, possuem elementos próprios. Recuero aponta quatro elementos principais: interação, relação, laços sociais e capital social (RECUERO, 2009, p.30). A interação, de acordo com a autora, é a matéria prima das relações e dos laços sociais. É na interação que estão as expectativas dos atores em relação aos outros atores. Nas palavras da autora: “A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social” (RECUERO, 2009, p.31).

A interação se materializa através da comunicação exercida entre os atores nas redes sociais na *internet*. Essa comunicação pode se dar, por exemplo, através de mensagens que podem ser recíprocas ou não, ainda que todo ator só procure interação em busca de reciprocidade. Ou seja, a base da interação é a ação recíproca almejada.

Um empecilho neste caso pode ser a mediação por computador. Como sintetiza Recuero:

O ciberespaço e as ferramentas de comunicação possuem particularidades a respeito dos processos de interação. Há uma série de fatores diferenciais. O primeiro deles é que os atores não se dão imediatamente a conhecer. Não há pistas da linguagem não verbal e da interpretação do contexto da interação. É tudo construído pela mediação do computador. O segundo fator relevante é a influência das possibilidades de comunicação das ferramentas utilizadas pelos atores. Há multiplicidade de ferramentas que suportam essa interação e o fato de permitirem que a interação permaneça mesmo depois do ator estar desconectado do ciberespaço. Esse fato permite, por exemplo, o aparecimento de interações assíncronas. (RECUERO, 2009, p.30-31)

Estas peculiaridades fazem parte da natureza do ambiente virtual e não representam necessariamente problemas, mas circunstâncias. Em relação às relações assíncronas, mencionadas na citação anterior, elas se dão quando a expectativa de resposta não é imediata, podendo até mesmo não haver resposta alguma. A interação assíncrona certamente é que a prevalece na *internet*, mas existe também a possibilidade das interações síncronas, em uma conexão por *msn*, por exemplo, ou mesmo nas ferramentas de conversa online presentes em e-mails e redes sociais, como *Gtalk* do serviço de e-mails *gmail* e o sistema de bate-papo da rede social *facebook*.

O conjunto desses diversos tipos de interações sociais formam as “relações sociais” (RECUERO, 2009, p.36). Mesmo sendo uma unidade básica das interações uma relação envolve, de maneira geral, um grande número de interações. Por exemplo: quando um usuário faz um comentário no perfil do *Facebook* de um artista que ele acompanha, as interações envolvidas são as mais variadas: o próprio artista pode responder o comentário, outros usuários podem comentar a partir da fala inicial, o artista e outras pessoas podem “curtir”⁴⁸ o comentário, o comentário inicial pode suscitar alguma polêmica que faça com que o tópico cresça em discussões acaloradas, as pessoas podem ficar completamente indiferentes etc.

Diante de tantas possibilidades o importante é perceber que “a ideia de relação social é independente do seu conteúdo” (RECUERO, 2009, p.37). A forma como a interação vai se dar vai determinar o sentido próprio da relação

⁴⁸ Existe no *Facebook* um botão chamado “curtir” (*Like*, no original), que é utilizado para demonstrar aprovação por alguma coisa.

social. Mas não a condiciona completamente. Como as relações sociais, no caso das redes sociais na *internet*, também não são feitas face a face, elas são em geral mais simples e mais rotineiras: “é mais fácil iniciar e terminar relações, pois muitas vezes, elas não envolvem o ‘eu’ físico do ator” (RECUERO, 2009, p.37).

Mas apesar da barreira corpórea, não se pode eliminar a possibilidade de que existam relações sociais fortes e intensas mediadas por computador. Elas existem, efetivamente, mas são uma minoria diante da imensa quantidade de relações que pode ser iniciadas com um simples clique do *mouse*.

Dada a estrutura das relações sociais é necessário definir os laços sociais. Em que sentido os laços sociais diferem das relações sociais? De acordo com Recuero o laço social “é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações. Ele é resultado, deste modo, da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social” (RECUERO, 2009, p.38).

Neste sentido os laços institucionalizam as relações através de ações mais pontuais que podem se dar através de sentimentos de competição, cooperação, conflito etc. De forma geral, os laços tendem a se estabelecer de forma mais intensa, já que colocam os sujeitos diante de ações mais pessoais, mas existem também laços sociais mais fracos, como uma simples intenção de colaboração em determinada tarefa. No caso específico da *internet* é importante ressaltar que os laços fracos são essenciais por sustentarem a existência da própria rede, que se constitui a partir de relações sociais menos intensas, sustentando, portanto, laços sociais mais fracos.

Por fim, Recuero aponta um quarto elemento referente à qualidade das conexões: o capital social. Recuero se apoia nas definições de autores como Putnam, Coleman e Bourdieu para explicar as características do capital social. Aqui vou utilizar a definição de Bourdieu, não só porque ela se adequa melhor à proposta deste trabalho, mas também porque acredito que ela reflete melhor a natureza do capital social no âmbito das redes sociais na *internet*. Aqui está a definição apresentada por Bourdieu:

O capital social é o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e inter-reconhecimento, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo como conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (...) mas também, são unidos por ligações permanentes e úteis (BOURDIEU, 1998, p. 67).

Quer dizer, o capital social se dá em um ambiente de rede (virtual ou não) e possui como um fator de determinação o que o meu orientador, Norton Côrrea, costuma chamar de prestígio, ou seja, a necessidade de reconhecimento por parte de um ator social.

Ora, no caso da análise das redes sociais na *internet* isso fica muito claro e as situações que pude observar me levaram a concluir que é o capital social o principal motor na engrenagem das redes sociais especializadas em música. Bem mais do que o capital cultural e o capital simbólico⁴⁹, com certeza, e tendendo para o capital econômico como elemento de recompensa pelo prestígio almejado. Ou seja, em muitos casos, a busca pelo capital social tem como intenção posterior (consciente ou não) a sua conversão em um capital econômico.

No mesmo sentido, Lemos e Lévy argumentam:

Uma comunidade virtual é definida pelos benefícios que provêm das relações entre seus usuários, sendo dois fatores fundamentais para o seu desenvolvimento e manutenção: a estrutura técnica de redes de computadores e a intenção de seus membros no tempo. (LE MOS & LÉVY, 2010, p.103)

Isso significa que a mera existência dos meios técnicos para que exista uma comunicação mediada por computadores não bastará para concretizar essa comunicação de maneira efetiva. Para isso é necessário tentar compreender que motivações movem os usuários das redes sociais. Na maioria dos casos essa motivação é, sem dúvida, a busca pelo prestígio.

⁴⁹ Para Bourdieu o capital econômico é percebido em nossa sociedade de maneira mais óbvia, mas ontologicamente não é necessariamente o mais verdadeiro ou mesmo o mais presente, já que isso depende dos interesses do grupo social. Neste sentido o capital econômico, o cultural, o simbólico e o social podem se apresentar simultaneamente na mesma rede social, ainda que exista a supremacia de um tipo de capital sobre os outros naquele contexto específico.

Para garantir o prestígio, para conquistar o almejado capital social, os usuários precisam de estratégias eficazes. A mais comum é criar um sentido de proximidade, de intimidade. Por exemplo, os artistas que estão se inserindo na rede tendem a aceitar todas as solicitações de amizade nas redes sociais e responder a todos os comentários que são feitos sobre o seu trabalho.

Esta dedicação não é sem propósito. O usuário comum que apreciou o trabalho feito por determinado artista e que recebe um retorno ao seu contato inicial se sente de certa maneira íntimo, próximo daquele músico. Estará, portanto, mais apto a consumir seus produtos, que podem ser desde o disco físico (*cd*) ou o *show*.

Na prática, contudo, a questão da proximidade é ilusória, já que a distância geográfica⁵⁰ é real e a comunicação estabelecida é provavelmente simples formalidade. Mas isso não significa que essas relações não façam sentido para o usuário da *internet*. Pelo contrário, para muita gente que nasceu e cresce na era virtual esse é provavelmente um modelo de comunicação a ser seguido.

Quadro 1 - Elementos das Redes Sociais Virtuais

Redes Sociais Virtuais	Conceito	Caraterísticas
Interação	Matéria prima das relações e dos laços sociais	Comunicação vaga e interações assíncronas
Relações Sociais	Conjunto dos diversos tipos de interação	Guardam alguma impessoalidade
Laços sociais	Sedimentação das relações sociais	Fracos ou fortes
Capital social	Prestígio	Se dá na relação com outras formas de capital

Fonte: Quadro elaborado pelo autor, com base em RECUERO (2009).

Até aqui apresentei características gerais das redes sociais (sintetizadas no **quadro 1**), com seus elementos e circunstâncias próprias. No

⁵⁰ Lemos e Lévy (2010) preferem considerar o lado positivo da desterritorialização das comunidades virtuais, que podem prescindir do contato físico para criar laços efetivos. Não descarto essa possibilidade, mas no caso do fã de música que entra em contato com seu artista preferido, a ilusão é que a proximidade virtual certamente se transformará em proximidade real, geográfica mesmo. Mas isso provavelmente não acontecerá.

tópico a seguir vou delinear a metodologia utilizada para a análise dos atores escolhidos nesta investigação, para em seguida apresentar as falas dos músicos investigados nesta pesquisa.

3.4 Questões de Método

Como neste trabalho me proponho uma análise feita a partir da *internet*, tive que optar por uma estrutura metodológica que possibilitasse um caminho seguro de investigação.

Faço, no entanto, a ressalva de que estou apoiado na afirmação de que a realidade é complexa⁵¹, tal como procurei demonstrar anteriormente e que, por esse motivo, não tenho a ilusão de resolver todos os problemas e nem apresentar todas as soluções.

Sendo assim, quando me refiro a um método seguro é porque necessito de critérios claros para apoiar minhas inferências e não porque acredite que posso dar conta de simplificar a realidade ao máximo, à maneira analítica. Procurando um apoio metodológico para a empreitada desta pesquisa encontrei em Amaral, Recuero e Montardo (2009) três opções conceituais para a análise interpretativa no estudo das redes sociais⁵². São elas: 1) Compreender as redes sociais como uma estrutura; 2) Estudar as redes sociais a partir de um viés funcional; 3) Caracterizar as redes sociais como um artefato cultural.

Como estrutura, as redes sociais são estudadas a partir de seus elementos (textos, formatos, possibilidade de personalização, interação com usuários etc.). O estudo funcional, por outro lado, considera a função primária das redes sociais, ou seja, uma função comunicativa. Neste caso, os estudos estão voltados para a forma como essa comunicação se processa. Por fim, caracterizar as redes sociais como artefato cultural implica em compreender as redes sociais com um espaço simbólico em que os significados são compartilhados pelos diversos usuários.

⁵¹ Morin (2005)

⁵² O trabalho em questão trata especificamente dos blogs, mas suas conclusões podem ser ampliadas para todas as formas de redes sociais.

A minha opção nesta pesquisa é pela terceira proposta, a de estudar as redes sociais como um artefato cultural. Mas qual a motivação para essa escolha? E que dificuldades ela carrega?

Bem, considerando que a minha proposta é investigar a circunstância de alguns músicos a partir da realidade da *internet*, ficou claro pra mim que a simples percepção da estrutura formal das redes sociais não iria me levar a uma análise mais atenta da questão. Por outro lado, encarar apenas o viés comunicativo e investigar como essa comunicação se dá, me encaminharia para uma busca por dados numéricos das relações entre usuários, me afastando assim da realidade que procuro investigar. Por outro lado, a proposta de encarar as redes sociais como artefatos culturais me coloca diante da questão do olhar antropológico e etnográfico, me aproximando do lugar de onde falam os músicos e me possibilitando uma ampliação da minha percepção sobre essa realidade.

A dificuldade principal evidenciada por essa escolha é o problema de como lidar com as narrativas e observar as relações através do espaço mecânico da tela do computador. Para procurar amenizar esse problema tomei alguns cuidados.

Em primeiro lugar, considerando a dificuldade da questão, optei por uma metodologia mista: o uso da netnografia (Kozinets, 2002), como uma aplicação do método etnográfico ao ambiente online, em conjunto com o uso da “Análise de Redes Sociais”, método aplicado por Recuero (2006). Assim, busco observar as características estruturais e dinâmicas das redes sociais, considerando elementos essenciais como as relações sociais que são travadas na rede e a constituição de um capital social por seus usuários.

Essas metodologias são as mais utilizadas na pesquisa em *internet*⁵³ e sua combinação aqui não representa uma falta de alternativa, antes o contrário.

Como o conhecimento é complexo, o método não pode ser uno, mas tem que ser múltiplo. Aprendi com o professor Norton Côrrea, que os dados falam e que é preciso exercitar os sentidos para saber ouvi-los. Essa é agora a

⁵³ Cf. Amaral, Recuero e Montardo (2009, p.43)

minha definição de método. Não há nada mais simples do que isso, mas também não existe nada mais difícil.

Assim, mais do que termos prontos (“netnografia” ou “análise de redes sociais”, por exemplo), o que procuro aqui é ser fiel à minhas intenções como pesquisador. E essas intenções seguem o caminho já apontado por Edgar Morin:

A palavra método deve ser concebida fielmente em seu sentido original, e não em seu sentido derivado, degradado, na ciência clássica; com efeito, na perspectiva clássica, o método não é mais do que um *corpus* de receitas, de aplicações quase mecânicas, que visa a excluir todo sujeito de seu exercício. O método degrada-se em técnica porque a teoria se tornou um programa. Pelo contrário, na perspectiva complexa, a teoria é engrama, e o método, para ser estabelecido, precisa de estratégia, iniciativa, invenção, arte. Estabelece-se uma relação recorrente entre método e teoria. (MORIN, 2005, p.335)

A minha empreitada aqui me obrigou a aplicar o princípio básico de que fala Morin: utilizar a inventividade e a criatividade. O método não é receita pronta, mas um caminho. E eu, na falta de um que já estivesse plenamente trilhado, tive que cultivar o meu.

Optei, então, por proceder da seguinte maneira:

- a) Entrevistei dois músicos que utilizam a *internet* como meio de veiculação de seus trabalhos atuando simultaneamente como músicos e produtores. Além disso, estes músicos possuem investigações próprias sobre o tema na área acadêmica, contribuindo assim com outras perspectivas de interpretação;
- b) Observei um músico que utiliza a *internet* e, principalmente, as redes sociais, como meio de divulgação e promoção de seu trabalho. Aqui dei atenção principalmente ao discurso que se mostra nas redes sociais, bem como àquilo que o músico fala sobre si próprio e o que falam dele dentro das redes sociais.

Essa divisão entre entrevistas e observação tem dois propósitos: 1) Escutar e analisar as falas de músicos que, dentro do processo de utilização da *internet*, dedicaram parte de seu tempo para empreender uma pesquisa acadêmica com foco na conexão entre música e tecnologia; 2) “Ouvir”, através

da observação, o discurso puro⁵⁴ de um músico em processo de ascensão e os discursos daqueles para quem ele fala: o público nas redes sociais.

A escolha dos “atores” para a pesquisa se deu por duas circunstâncias: segurança e oportunidade. Segurança no sentido de procurar pessoas que atendessem à proposta presente neste trabalho e que eu tivesse a mínima certeza de serem pessoas reais, divulgando seus perfis efetivos na *internet*. E oportunidade por aproveitar um momento interessante para avaliar os trabalhos destes músicos, bem como para entrevistá-los.

A primeira escolha foi o músico maranhense Eduardo Patrício, que tocou em São Luís, em bandas de rock e pop, como *Sansara* e *Catarina Mina* e concluiu uma Graduação em Psicologia na Universidade Federal do Maranhão.

Eduardo se mudou para Curitiba há alguns anos para cursar uma Graduação em Produção Sonora na UFPR e logo depois o mestrado em Música na mesma instituição, onde defendeu a dissertação “Instrumentos musicais digitais: uma metáfora composicional”. Atualmente ele mora em Belfast na Irlanda do Norte, onde desenvolve o trabalho de doutorado sobre o aspecto formal de instrumentos e sistemas para a construção de espaços de improvisação.

Eduardo gravou dois discos sozinho⁵⁵: “é exatamente isso, mas é outra coisa” e “queria fazer algo estranho pra você”. Esses discos foram gravados em casa, por Eduardo, utilizando equipamentos simples, como um computador de mesa e alguns instrumentos (violão, guitarra, teclado midi etc.), além de um conjunto de *softwares*.

O resultado é comparável a grande parte das gravações realizadas nos típicos estúdios de gravação, como se pode perceber pela audição de algumas músicas no *Myspace* do compositor⁵⁶. Os dois discos estão disponíveis na íntegra na *internet* para *download* gratuito.

⁵⁴ Quero dizer puro no sentido de autêntico, de um discurso não camuflado pelas necessidades acadêmicas.

⁵⁵ Ele mesmo faz questão de ressaltar isso na mini-biografia que colocou em seu site pessoal: <http://eduardopatricio.wordpress.com/sobre/>

⁵⁶ <http://www.myspace.com/eduardopatricio>

Fora esses dois discos, Eduardo colaborou com muitos compositores, assinou trilhas de filmes e tocou com os grupos *Afstand*⁵⁷ e *Hotel Avenida*⁵⁸, em Curitiba.

Eduardo contribuiu com a minha pesquisa em uma entrevista realizada em dois momentos, onde o músico falou sobre sua experiência como compositor e produtor de trabalhos autorais, sobre o uso da *internet* e da tecnologia como suportes para o músico atual e sobre suas impressões sobre a importância da utilização das redes sociais. A primeira parte da entrevista ocorreu por e-mail, quando enviei algumas perguntas pré-estabelecidas, do tipo:

1. Qual a importância da tecnologia digital para sua produção musical?
2. Você acha que a tecnologia digital influencia sua música esteticamente? Em que sentido?
3. Você acha que a *internet* favoreceu a produção musical no Brasil? Se sim, como você avalia esse favorecimento?
4. Como você vê a difusão da música através das redes sociais virtuais no Brasil?
5. Seu trabalho musical é dependente da utilização das redes sociais virtuais? Se sim, de que maneira?

Essa entrevista pré-ordenada, no entanto, não atendeu às minhas expectativas, provavelmente porque seu modelo de questionário, ainda que aberto, não dava muito espaço para que o entrevistado pudesse desenvolver suas percepções sobre o assunto.

Felizmente tive a oportunidade de complementar essa entrevista com uma longa conversa com Eduardo Patrício, realizada aqui em Brasília, em maio deste ano, quando Eduardo veio para uma entrevista na Capes em virtude do processo de concessão de bolsa para o doutorado. Assim, a entrevista apresentada no **APÊNDICE A** é na verdade uma mistura da entrevista por e-mail e da entrevista realizada face a face.

⁵⁷ <http://www.myspace.com/afstand>

⁵⁸ <http://www.myspace.com/hotelavenida>

Além disso, consultei Eduardo em alguns outros momentos via e-mail e bate-papo do *Facebook* e também pelo *Gtalk*, para tirar algumas dúvidas ou consultá-lo sobre suas impressões sobre determinado tema, sendo a sua colaboração essencial para a realização deste trabalho.

O outro entrevistado foi o músico, editor e produtor Marcelo Carvalho de Oliveira. Marcelo tocou em bandas de rock em Brasília na década de 1980, como a *Banda 69*, que lançou o LP “A última novidade”, em 1986, pela CBS⁵⁹. Como compositor, tem parcerias com a banda *Blues Etílicos* e com o cantor Leo Jaime. Marcelo é também autor, juntamente com Rodrigo Lopes, do livro “Manual de produção de CDs e fitas demo”, lançado no fim da década de 1990. Ele trabalhou também no “Songbook Gilberto Gil”, organizado por Almir Chediak e foi um dos criadores e primeiro gerente do selo musical *UnB Discos*, da Universidade de Brasília. Marcelo colaborou como produtor com a *GRV Discos*, outro selo brasiliense, e atualmente assina uma coluna na revista *Guitar Player* sobre produção musical e ministra o curso “Meu negócio é música”, no instituto de guitarra *GTR*, também em Brasília.

Além da longa experiência como músico e produtor vivendo, como ele mesmo me disse, os dois lados da moeda, Marcelo desenvolveu recentemente uma pesquisa no programa de Pós-Graduação “Música em Contexto”, da UNB, onde defendeu a dissertação intitulada “Para além do itunes – a indústria fonográfica da primeira década do século XXI na perspectiva de um selo musical de Brasília”. Atualmente o músico dá continuidade à pesquisa no doutorado que está cursando em História, também na UNB.

A entrevista com Marcelo (**APÊNDICE B**) aconteceu aqui mesmo em Brasília em uma conversa de uma tarde toda onde ele me contou sobre seu trabalho como músico e produtor, sua percepção dos posicionamentos dos músicos e dos produtores no processo de criação (tanto no modelo vivenciado pela indústria fonográfica antes da *internet* como nos dias de hoje), além de falar sobre o dilema da *internet* e da tecnologia como salvadoras ou destruidoras da criação musical.

Esses foram os músicos/pesquisadores que escolhi para entrevistar, mas além das entrevistas decidi observar as práticas musicais de um músico

⁵⁹ Que hoje é a Sony/BMG.

na *internet*, a partir de seu uso das redes sociais. Apesar de ter tantas opções quantas são as conexões possíveis na *internet*, minha decisão foi a de observar um músico da cidade de Lençóis Paulista, em São Paulo: Rafael Castro⁶⁰.

Duas foram as motivações para a escolha deste músico em particular. Em primeiro lugar, pesou a forma como conheci o seu trabalho. Eu visitava um perfil de um amigo no *site Palcomp3*⁶¹ e vi que ele indicava a página de um músico chamado Rafael Castro. Acessei o *site*, ouvi as músicas e me interessei pelo material. No dia seguinte, visitando mais uma vez o *Palcomp3* verifiquei que um outro amigo também indicava o mesmo músico e a mesma coisa aconteceu em vários dias seguintes, não só no *Palcomp3*, mas também no *Myspace*.

O que me assustou foi a rapidez do acontecimento. O nome *Rafael Castro* se tornou, em menos de uma semana, um nome falado por todos os meus amigos próximos na *internet*, que não só indicavam suas músicas, mas recomendavam e produziam textos em seus *blogs* pessoais falando da novidade.

Pensei de imediato que existisse alguma estratégia de marketing fulminante por parte da indústria fonográfica para promover o trabalho desse novo músico que parecia ser, sem dúvida alguma, muito talentoso. No entanto, quase dois anos depois que ouvi pela primeira vez os acordes de “Fobia aguda de pessoas que batucam mal”, Rafael Castro ainda não se tornou um sucesso nacional, apesar de ter conquistado muito espaço na mídia de lá pra cá. E é aqui que entra a minha segunda motivação.

Acompanho um pouco de longe a carreira de Rafael Castro desde 2009, e vejo nele um perfil do músico que representa um tipo ideal, aqui: um músico que grava suas músicas em casa, produz seu trabalho sozinho, divulga o que faz pelas redes sociais e almeja o sucesso, se esforçando por defender um modelo diferente daquele sustentado pela tradicional indústria fonográfica.

⁶⁰ <http://www.myspace.com/sabesp>

⁶¹ Site em que músicos disponibilizam suas músicas para audição e indicam outros músicos como referência.

Por tudo isso e pela facilidade de material disponível na *internet* sobre Rafael Castro⁶², acredito que ele seja um ótimo exemplo do que procuro demonstrar.

Sendo assim, o procedimento adotado no próximo tópico será o seguinte: vou apresentar aqui as minhas observações sobre a música no ambiente online⁶³ e a partir destas observações vou elencar as falas dos músicos e pesquisadores Eduardo Patrício e Marcelo Carvalho, no ponto em que elas corroborem ou não com a minhas impressões.

Procurarei, sempre que possível, estabelecer também uma conexão com toda a discussão teórica já feita, a fim de chegar a uma compreensão do tema que seja a mais viável possível.

3.5 Uma pessoa só: criador, produtor, ouvinte.

O caminho natural da trajetória de um músico é provavelmente sempre o mesmo: o contato e a paixão pela música, o desejo de aprender a cantar e/ou tocar um instrumento, o investimento em estudo e em contatos para se estabelecer na área e uma série de decisões difíceis pelo caminho. De *Bach* aos *Beatles* o trajeto geralmente sempre foi esse.

A diferença central é que, para os *Beatles*, e para o século XX como um todo, existiu um marco que definia o momento mais alto dessa trajetória: o lançamento de um disco. Ser contratado por uma gravadora (e, conseqüentemente, poder ter um disco lançado) representava ter o trabalho reconhecido, bem como simbolizava uma passagem do amadorismo para o profissionalismo.

No entanto, no final do século XX, com a facilidade de reprodução de fitas *K7* e com o surgimento do *CD-R* (um *cd* que podia ser gravado em um computador caseiro⁶⁴), surgiu um incentivo para a produção de fitas e *cd's* de demonstração, geralmente utilizados para envio para as grandes gravadoras, como um requisito para uma futura contratação.

⁶² Na maior parte das vezes postado por ele mesmo.

⁶³ Tomando sempre como referência o trabalho do músico Rafael Castro.

⁶⁴ Se tratava de um equipamento pouco acessível na última década do século XX, pelo seu preço ainda elevado, mas já era alternativa às indústrias que prensavam *cd's*.

Pouco a pouco, porém, essas fitas e *cd's* acabaram por se transformar em produtos em si mesmos e os *fanzines* especializados em música independente vendiam essas fitas e *cd's* em um mercado alternativo da música no sentido mais real do termo. Esses produtos tinham a vantagem do barateamento da produção⁶⁵ e conviviam com a desvantagem técnica (e, conseqüentemente, da qualidade da gravação) em relação aos produtos da grande indústria. Não existia, portanto, uma competição entre a cultura independente e a indústria fonográfica, mas uma convivência geralmente pacífica.

Quando a fita K7 se tornou obsoleta e quando a *internet* em alta velocidade começou a alcançar os grandes centros, as fitas e *cd's* também foram deixados de lado. Em vez de copiar um *CD-R* e enviá-lo pelo correio por algum custo para o ouvinte, era mais fácil agora fazer um *upload* de um número ilimitado de músicas e divulgá-las pela *internet* para um número inalcançável de pessoas, sem nenhum custo adicional para elas que não fosse o custo da energia elétrica e da própria *internet*.

A pirataria de *softwares* pagos e a criação de muitos outros programas gratuitos favoreceram também os músicos, que agora possuíam tantos recursos quanto àqueles encontrados em estúdios de gravação rotineiros. Mas a questão central é: quem ganha e quem perde com tudo isso?

Marcelo Oliveira aponta um aspecto interessante da questão:

Realmente os meios de produção digital, fonográfico, facilitaram muito as coisas. Mas tem um contra-pedal: eles facilitam pra todo mundo. Inclusive assim, o grande problema é mais pros músicos profissionais, pro cara que quer uma carreira profissional, porque... o que acontece? Ele tem uma competição muito maior, e antes já era grande, mas tinha muita gente sem nenhum aprofundamento na música. Essa é uma discussão que sempre existiu: profissionais X semi-profissionais X amadores. Só que o negócio é que os meios mais atuais de produção e a *internet*, favorecem mais os semi-profissionais e os amadores. E para os profissionais, paradoxalmente ele até tira umas formas de renda tradicionais. (OLIVEIRA, 2011)

⁶⁵ Tanto em relação à gravação, feita em estúdios mais simples ou mesmo em gravações ao vivo em pequenos shows ou ensaios, quanto em relação à reprodução das cópias, feitas de uma fita para outra ou de um *cd* para a outro, sem a necessidade de uma matriz, como a dos estúdios das gravadoras.

As formas de renda que os músicos profissionais perdem, segundo Marcelo, são as vendas de produtos. De acordo com ele, por muito tempo os músicos ganharam mais dinheiro com discos e produtos de imagem do que com os *shows*.

Por exemplo, a banda norte-americana de punk rock, *Ramones*, arrecadou muito mais vendendo camisas do que discos ou mesmo com seus *shows*. Aliás, o símbolo criado pela banda se tornou um ícone para os amantes do estilo, ao ponto de muitos possuírem e utilizarem camisas mesmo sem possuir nenhum disco da banda.

A *internet* e a tecnologia digital facilitaram o acesso à produção e a divulgação dos produtos que antes vendiam muito nas prateleiras das lojas. Hoje, no entanto, são poucas as pessoas que compram discos, já que elas podem fazer o *download* de suas músicas preferidas sem gastar nada⁶⁶.

O que resta à maior parte dos músicos? A faturação pelos *shows*. Isso fica claro na indústria tradicional, que traz os artistas mais influentes do momento para muitos *shows* e festivais Brasil a fora. Mas vale igualmente para os novos artistas, os que se beneficiam da cultura digital. Vou tentar exemplificar o que venho dizendo até aqui a partir do exemplo de Rafael Castro.

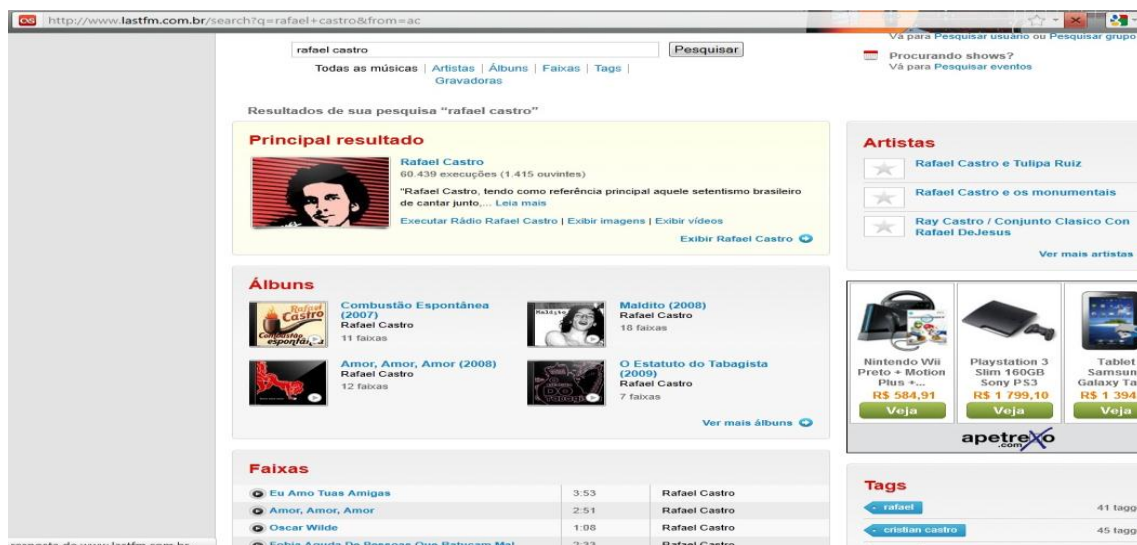
Rafael lançou todos os seus discos gratuitamente na *internet* e eles estão disponíveis para *download* nas diversas páginas que o músico mantém na rede. A **figura 10**, por exemplo, mostra a página do artista no *site Last.fm*.

O músico pede, em algumas destas páginas, uma contribuição para os ouvintes que queiram depositar algum dinheiro na conta dele via *Paypal*⁶⁷ por conta dos *downloads*, mas essa não é uma prerrogativa, ou seja, é possível fazer o *download* ou ouvir as músicas de Rafael Castro na *internet* sem pagar nada, não há nenhuma restrição ao conteúdo que ele disponibiliza na rede.

⁶⁶ Estou me referindo aqui ao sistema ilegal de divulgação e manipulação de arquivos digitais, já que muitas bandas vendem seus produtos digitalmente, mas ainda sem muito sucesso.

⁶⁷ *PayPal* é um sistema de transferência de dinheiro entre indivíduos ou negociantes usando um endereço de e-mail.

Figura 10 – Perfil de Rafael Castro no site *Last fm*



Fonte: <http://www.lastfm.com.br/music/Rafael+Castro>

Por outro lado, já que não vende os produtos, e como as estatísticas mostram que mesmo para os grandes músicos da indústria as contribuições por *downloads* são pequenas, Rafael Castro tem no *show* o seu principal produto. Mas aqui existe um outro problema. No jogo tradicional da indústria existe um investimento grande na imagem dos músicos e na propaganda em relação ao público e isso garante uma demanda para *shows* e valoriza o artista diante de quem pode e tem interesse em investir para contratar o *show*. No caso dos músicos independentes, que se autopromovem, a coisa fica um pouco mais complicada.

Assim, a alternativa, em geral, é recorrer à boa vontade dos fãs. Um exemplo disto foi a utilização do site *Vakinha*⁶⁸, por parte de Rafael Castro e sua banda, para a arrecadação de recursos com a finalidade de custear uma turnê do cantor pelo sul do país (**figura 11**).

O site *Vakinha* pode ser utilizado por qualquer pessoa para tentar arrecadar um valor específico para qualquer fim desejado. Funciona no molde da tradicional “vaquinha”, que é o ato de reunir dinheiro com amigos para ajudar alguém⁶⁹. O texto utilizado para justificar a “vaquinha” de Rafael Castro no site foi o seguinte:

⁶⁸ <http://www.vakinha.com.br/>

⁶⁹ Uma explicação mais detalhada sobre o termo: “Segundo nos conta o professor Ari Riboldi, no livro *O Bode Expiatório*, a expressão surgiu de uma prática de premiação, no futebol, sob o

Figura 11 – Chamada para contribuição para turnê de Rafael Castro no site *Vakinha*.

www.vakinha.com.br/Vaquinha.aspx?e=29961

vakinha

FAZER MEU REGISTRO ou Fazer login

Turnê Rafael Castro no Sul do Brasil

Criada em 18/1/2011

192

Tweet

RESUMO DA VAQUINHA

Objetivo: R\$ 5.000,00
 Arrecadado: R\$ 625,00
 Aguard. pagamento: R\$ 0,00
 Encerramento previsto: 31/3/2011
 Visitas: 5513

12,50%

Quero contribuir!

VAQUINHA CRIADA POR

Paulo Marcondes
 24 anos
 São Paulo - SP

[Incorpore o Vakinha](#)

COMPARTILHE

Atenção: quem contribuir com mais de R\$ 40 leva um "Aplausos", novo disco do Rafael, pra casa!

Rafael Castro e Os Monumentais vão levar seu humilde e pequeno carro popular para o Sul e armar o circo em cidades do Paraná e Santa Catarina até seu esgotamento físico, mental e econômico. Sabendo da situação dos bares e sua pouca infraestrutura, do preço astronômico dos pedágios e do combustível, manutenção, deslocamento e alimentação destes nobres músicos em terras desconhecidas, toda a ajuda será necessária!

Se você é da região e quer ajudar, habilite-se, divulgue, entre em contato e, se tiver um trocado, ele estará em boas mãos e será muito bem usado.

Fonte: <http://www.vakinha.com.br/Vaquinha.aspx?e=29961>

Atenção: quem contribuir com mais de R\$ 40 leva um "Aplausos", novo disco do Rafael, pra casa!

Rafael Castro e Os Monumentais vão levar seu humilde e pequeno carro popular para o Sul e armar o circo em cidades do Paraná e Santa Catarina até seu esgotamento físico, mental e econômico. Sabendo da situação dos bares e sua pouca infraestrutura, do preço astronômico dos pedágios e do combustível, manutenção, deslocamento e alimentação destes nobres músicos em terras desconhecidas, toda a ajuda será necessária!

Se você é da região e quer ajudar, habilite-se, divulgue, entre em contato e, se tiver um trocado, ele estará em boas mãos e será muito bem usado. Caso você não conheça os nove discos repletos de ritmos dançantes e melodias pertinentes de Rafael Castro, entre, baixe e conheça o som no <http://www.myspace.com/sabesp> (Turnê Rafael Castro no Sul do Brasil, 2011)

Em seguida vem a lista de *shows*, programados entre os dias 07 e 27 de Março de 2011 na cidade de Rio Negrinho em Santa Catarina, em seis cidades do Paraná (incluindo Londrina e Curitiba) e em Itapeva, em São Paulo.

nome de bicho. Em 1923, a torcida do Vasco da Gama, do Rio de Janeiro, resolveu estimular os atletas de seu time a se dedicarem ao jogo com maior empenho. Passaram a arrecadar dinheiro e dar como prêmio aos atletas em valores proporcionais aos resultados alcançados pelo time em campo. O valor tinha inspiração nos números do jogo do bicho: 5, número do cachorro, equivalia a 5 mil réis - prêmio por um simples empate; 10, número do coelho, equivalia a 10 mil réis - prêmio por uma vitória comum; 25, número da vaca, correspondia a 25 mil réis - premiação dada somente em grandes vitórias, contra os adversários mais fortes ou em partidas decisivas. O dinheiro era arrecadado entre os torcedores, no que veio a ser a famosa 'vaquinha'." (De onde surgiu a expressão 'fazer uma vaquinha'?, 2011)

A meta era conseguir R\$ 5.000,00, mas a arrecadação foi apenas de R\$ 625,00, o que representa 12,50% do almejado.

Por outro lado, se o recurso financeiro não foi o esperado, a iniciativa trouxe um outro tipo de capital, o capital social. Uma prova disto é que rapidamente Rafael Castro virou notícia em muitos blogs e jornais, dos especializados em música aos jornais diários, como mostra a **figura 12**.

Figura 12 – Notícia em *site da internet* sobre a campanha promovida por Rafael Castro



Fonte: jmnews.com.br/noticias/mix/12,5977,30,01,roqueiro-promove-vaquinha-para-turne.shtml

De certa forma, o retorno em forma de prestígio pode ser até mais interessante para um músico independente do que o retorno imediato em forma de dinheiro⁷⁰, mas é difícil afirmar que esse seja um modelo de negócio para se seguir. Não é possível também afirmar aqui que a intenção do músico era conseguir publicidade gratuita em alguns veículos de comunicação, mas o fato é que isso aconteceu. Além disso, o discurso desleixado apresentado por

⁷⁰ O que não exclui a possibilidade desse capital social se transformar em capital financeiro posteriormente, justamente nos shows da banda.

Rafael Castro em suas entrevistas sobre o tema⁷¹ não implica em desinteresse pelo sucesso da iniciativa em termos de marketing.

Outra coisa importante, aqui, é que a utilização das redes sociais por músicos independentes gera uma dúvida sobre o lugar de onde esses músicos se posicionam. Quer dizer, eles são e querem continuar sendo músicos amadores, que tocam por prazer e que não estão preocupados com ganho material, ou eles encaram a *internet* como uma possibilidade de profissionalização desvinculada da indústria?

Eduardo Patrício sintetizou bem a questão quando o questionei sobre a diferenciação entre amadores e profissionais:

Antes de tudo, cabe perguntar, o que seria profissional? Aquele que vive da música ou que tem estudo, treino etc?
 Não sei se essa questão, posta assim, me interessa de modo algum. Até porque ela é mesmo anterior à disseminação das tecnologias digitais, não? Hoje “todos” podem produzir, mas sempre houve o fato de que “todos” podiam tocar.
 Quando a imprensa se desenvolveu e foi possível vender reduções de obras orquestrais pra piano pra que moças de família tocassem em casa, o que as diferenciava dos outros músicos?
 Acho que a chave talvez esteja no que se alcança esteticamente e o que se faz com isso. (PATRÍCIO, 2011)

Assim, a sensação estranha causada pelo pretenso amadorismo de uma atitude como a de se pedir dinheiro para realizar uma turnê, pode ser facilmente superada pelo contato com um produto que atenda à necessidade do público para quem ele é oferecido.

Mas isso por si só não elimina todos os mal-entendidos. Um exemplo: em 21 de abril de 2010, Christian Camilo publicou uma matéria sobre Rafael Castro (e em colaboração com o próprio) no *site Rocknbeats*⁷². Essa matéria tem o estranho título de “Rafael Castro, um terrorista contra a cena independente”⁷³. Digo que o título é estranho porque se ela afirma que Rafael Castro está *contra a cena independente*, então isso significa que ele deveria

⁷¹ Na entrevista ao jornal JMnews, por exemplo, o cantor afirma que “Sem querer o site apareceu na nossa frente e, depois de ler o acordo, resolvemos testar”. Disponível em: <http://jmnews.com.br/noticias/mix/12,5977,30,01,roqueiro-promove-vaquinha-para-turne.shtml> Acesso em 02.08.2011.

⁷² <http://www.rocknbeats.com.br/>

⁷³ <http://www.rocknbeats.com.br/2010/04/21/rafael-castro-um-terrorista-contra-a-cena-independente/>

participar do *mainstream*, ou seja, da indústria tradicional, e não parece ser esse o caso.

O texto se inicia com um breve contexto da cena musical atual e seus problemas em relação às possibilidades de democratização da música. A partir disto, Camilo afirma:

Os canais de comunicação antecipam a pauta e determinam os assuntos que serão discutidos pela sociedade. É uma regra até natural. Quem conhece mais pessoas e é comunicativo, influencia mais gente e quem começa primeiro, sai na frente. (...) Avesso e cansado desta manutenção do modelo econômico cultural do capital americano que acaba por contribuir com uma ausência de espaço para a democratização da música brasileira, Rafael Castro aderiu a uma 'passeata', um movimento em busca da conscientização do músico brasileiro. Tudo começou com a ideia de comprar um gerador de energia, para tomar de assalto as ruas com shows gratuitos. A primeira aparição deste ato 'terrorista' ocorreu no último dia 17 de abril, em Lençóis Paulista – cidade onde vive o compositor. (CAMILO, 2010)

Rafael Castro, portanto, de acordo com a fala de Camilo, adquiriu um gerador de energia e começou a fazer seus *shows* em praças públicas e nos locais menos cotados da cidade como um ato de “terrorismo”. Ora, a palavra “terrorismo” utilizada na matéria carrega consigo uma infinidade de significados fortes, principalmente depois do ataque promovido pela Al Qaeda⁷⁴ às Torres Gêmeas nos EUA, em 2001. De maneira geral, se entende que o terrorismo é “o uso do terror e da violência como meio de coação” (HOUAISS, 2004, p.716).

Não fica bem claro, portanto, que ideia Camilo e Rafael Castro estavam defendendo. Se a proposta é democratizar a música e levá-la para o maior número de pessoas, possibilitando que elas tenham acesso a mais opções do que a mídia normalmente oferece, então se trata de um ato terrorista contra quem? Contra a cena independente? Ou esse terrorismo é contra a própria lógica de se depender de um público em qualquer nível?

A despeito deste impasse, o que se segue⁷⁵ é uma defesa exacerbada da liberdade do artista contra a opressão das mais diversas formas

⁷⁴ Organização fundamentalista islâmica.

⁷⁵ O resto da matéria se constitui como uma entrevista e um sem-número de comentários dos leitores.

da mídia. Quando perguntado, por exemplo, sobre como surgiu a ideia de adquirir o gerador e iniciar esses *shows*, Rafael afirmou:

Conforme fomos tomando consciência da cilada em que estávamos nos metendo, usando a estratégia que tinha como objetivo entrar no “sistema elite” fomos obrigados a repensar a maneira que iríamos trabalhar daí pra frente, uma vez que a decisão de viver exclusivamente de música já tinha sido tomada.

Nas conversas, revisamos o processo simplíssimo em que o mercado se dá, constituído de 3 etapas: Produção, Divulgação e Vendas. Já tínhamos a produção garantida com o meu estúdio em casa, onde não pago nada pra criar meus fonogramas, teríamos então que levar a praticidade e eficiência da primeira etapa pras outras duas. Pra vender teríamos que atingir um outro público, o “não-elitizado”, aquele que ainda compra um CD (até mesmo um pirata), uma camiseta e não se mete com casas de show que cobram caro na entrada, vendem uma cerveja a 6 reais e não remuneram sua atração. Pra atingir essas pessoas, a *internet* é a primeira peça que cai, seguida pelas mídias que não atingem esse público e por fim, utilizando ou criando novos espaços pra se apresentar.

A coisa que pareceu mais óbvia foi “Vamos tocar na rua pro trabalhador” – dessa forma estaríamos em contato com esse público que muitas vezes precisa de alguma coisa nova pra consumir, mas essa coisa está muito escondida no meio dum jornal ou dum clubinho escuro e caro. (CAMILO, 2010)

Em síntese, a proposta aqui (assim como no exemplo da “vaquinha”) parece ser a de realizar uma estratégia de autopromoção, alcançando um público específico que poderia consumir um determinado produto.

Como o próprio Rafael Castro demonstra, no processo de 3 etapas do mercado, o primeiro (a produção) para ele já estava garantido e restava uma preocupação com os outros dois (divulgação e vendas). Interessante é que, apesar de reconhecer que a *internet* é o caminho natural para essa divulgação de um trabalho feito em casa, Rafael tenha optado por uma estratégia de enfrentar o público cara a cara para levá-lo a conhecer sua música, quando normalmente o processo que parece dar certo é o contrário. Ou seja, o artista que se torna um *hit* na *internet* do dia pra noite e que passa a ter seu trabalho reconhecido em algum nível, ou pela qualidade ou simplesmente pela popularidade.

Essa é uma outra questão que não está bem resolvida hoje: qual o papel da *internet* e como ela pode contribuir com os músicos que não querem depender da indústria? Fora isso, a própria ideia de não depender da indústria já se coloca como um dilema, já que provavelmente muitos músicos

independentes aceitariam um contrato com uma multinacional sem nenhum problema de consciência.

Rafael Castro, no entanto, insiste em uma perspectiva de encarar a indústria como necessariamente maniqueísta:

O pequeno empreendedor da arte (o independente) necessita proteger o espaço que lhe foi tomado pelo capital e pelas grandes corporações da música e o simples fato de lutar por esse espaço e melhores condições de trabalho é pura política. Se a discussão política pode tomar a energia da produção artística em si eu não sei. Pra mim, na verdade, dá mais força pra continuar produzindo por imaginar que cada ação dessas, daqui pra frente, pode ser importante pra dar sentido e proporcionar condição ao que fazemos. (CAMILO, 2010)

Esse discurso exacerbado contra a indústria não encontra eco na análise feita por Eduardo Patrício que, talvez até de forma paradoxal, não vê mais a indústria como uma corrente dominante:

A indústria fonográfica hoje é menos que uma sombra do que foi no século passado. É difícil pensar em qual papel ela estaria desempenhando. Mas me parece uma indústria que tenta de todas as formas migrar e se estabelecer na *Internet* através de estratégias de homogeneização que são um tanto contraditórias com a realidade da rede. (PATRÍCIO, 2011)

Concordo aqui com Eduardo Patrício. Acredito que muito menos do que uma indústria que procura oprimir o artista e condicionar o público, o que temos hoje é um mercado fonográfico ansioso por encontrar uma estratégia que possibilite que ele se estabeleça na *internet* e perante os consumidores atuais, muito mais atuantes e com muito mais possibilidades de escolha.

Marcelo de Oliveira aponta também para essa direção:

A indústria tem muito menos poder de manipulação do que as pessoas imaginam. Ela tem um poder de manipulação sim, no sentido que conseguir criar um artista-produto, vamos dizer assim, lançar, promover e divulgar na maior parte dos meios de comunicação, investindo uma quantidade absurda de dinheiro. Isso ela faz sim. Agora, o grau de retorno disso aí, eu te digo que é muito menor do que parece, como acha quem vê de fora. Eu lembro que eu vi uma palestra com o André Midani, que lançou e contratou artistas importantíssimos no Brasil dirigindo a Polygram, e ele disse: “Eu queria ter esse poder que vocês dizem que a gente tem”. Quer dizer, tem poder sim, mas se não tiver uma base de público que tenha interesse naquilo ali ou que tenha predisposição pra aquele produto,

não adianta. O cara pode botar todo o dinheiro do mundo que ele tenha e ele vai jogar fora. Por outro lado, a forma como eu vejo a indústria fonográfica, eu acho que ele tem um poder muito grande de catalisar os movimentos que estão acontecendo. (OLIVEIRA, 2011)

Como exemplo, Marcelo se lembra da explosão do rock nacional na década de 1980 e, em especial, em Brasília, onde ele morava e conviveu com bandas da época, além de participar ele mesmo de banda que assinou contrato com uma grande gravadora. Para ele o que aconteceu naquele momento não foi uma imposição da mídia para que o gosto popular se voltasse para o rock. Na verdade, o interesse surgiu do próprio público e a mídia percebeu ali um momento de se aproveitar da situação revertendo aquele interesse em lucro.

A gente não tava fazendo rock pensando em gravadora, era coisa que surgiu na cidade. Brasília era uma cidade completamente diferente, não tinha muitas opções, tudo era muito isolado. As bandas eram um elemento de ligação entre as pessoas, em torno das bandas se formam, com o perdão do termo batido, comunidades mesmo. Daí, a partir disso que tava acontecendo, surgiu o interesse das gravadoras e por isso tem bandas que até hoje estão estabelecidas. Mas ninguém veio aqui dizer pra gente montar uma banda. A indústria caça o que tá acontecendo e catalisa, mas a origem tá no próprio público. (OLIVEIRA, 2011)

Para mim essa fala representa muito porque situa a relação entre artista e indústria em outro patamar, bem diferente do que geralmente é apregoado por muitos críticos da mídia em geral. Para estes, o que a indústria fonográfica fez por muito tempo, e ainda tenta fazer, é escravizar o músico, manipulando sua obra e destruindo sua liberdade criativa.

O que Marcelo tenta dizer, por outro lado, é que a indústria se aproveita, sim, do artista, procurando reverter o sucesso em capital econômico, mas que o artista também se beneficia da indústria, utilizando de sua força de divulgação em massa para levar o seu trabalho mais longe do que faria sozinho. Ainda Marcelo de Oliveira sobre o tema:

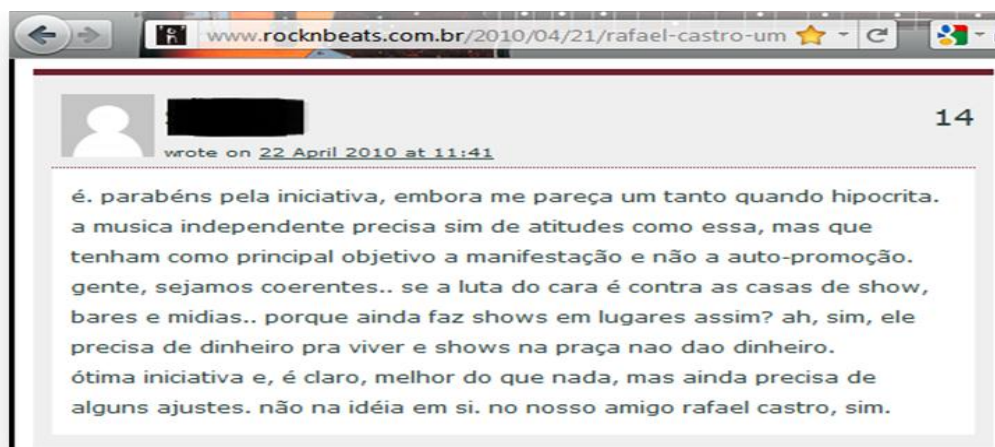
(...) fiz alguns trabalhos de produção musical e é interessante pra ver o outro lado da coisa. Já tinha passado nesse processo como artista e era artista contratado de uma gravadora multinacional, que era a CBS e hoje é a Sony BMG, uma das quatro maiores. Então é assim, comecei a trabalhar com artistas independentes, participei da criação de alguns selos de música, assim, vendo o outro lado da mesa de negociação, que é interessante pra você ver como se pensa nos dois

lados. Como músico de banda de rock já vivi todos os preconceitos que normalmente a gente tem, do que é a gravadora, do que é o produtor, do que eles fazem. Aquela crença de que só tem bandido e você vai ver depois que não é exatamente assim. Tem mau caráter e bandido como tem em qualquer atividade humana, na política, na academia etc. Mas tem forças que impulsionam a coisa. Mas achei interessante pra você ver como funciona a cabeça do cara. (OLIVEIRA, 2011)

Claro que na década de 1980 essa dependência ainda era estritamente necessária para ambas as partes, o que já não vale inteiramente na era da *internet*. Entendo que o maior problema é que a defesa dessa separação não se justifica por nenhum dado real que demonstre que os músicos não precisam mais da indústria⁷⁶. Ela se justifica mais por um sonho de se alcançar um público ilimitado e disponível para a cultura, um público ideal, uma audiência planetária.

É bem provável que esse público ideal nunca venha a existir⁷⁷, mas sua simples possibilidade gera debates inflamados difíceis de abarcar. Um exemplo disto está na matéria que apresentei antes. Nos comentários em que internautas fizeram sobre o texto, diante de muitos elogios surgiu também uma crítica de uma usuária (**figura 13**) que aqui achei mais correto não identificar:

Figura 13 – Comentários à entrevista de Rafael Castro em matéria para o site *Rocknbeats*.



Fonte: <http://www.rocknbeats.com.br/2010/04/21/rafael-castro-um-terrorista-contra-a-cena-independente/>

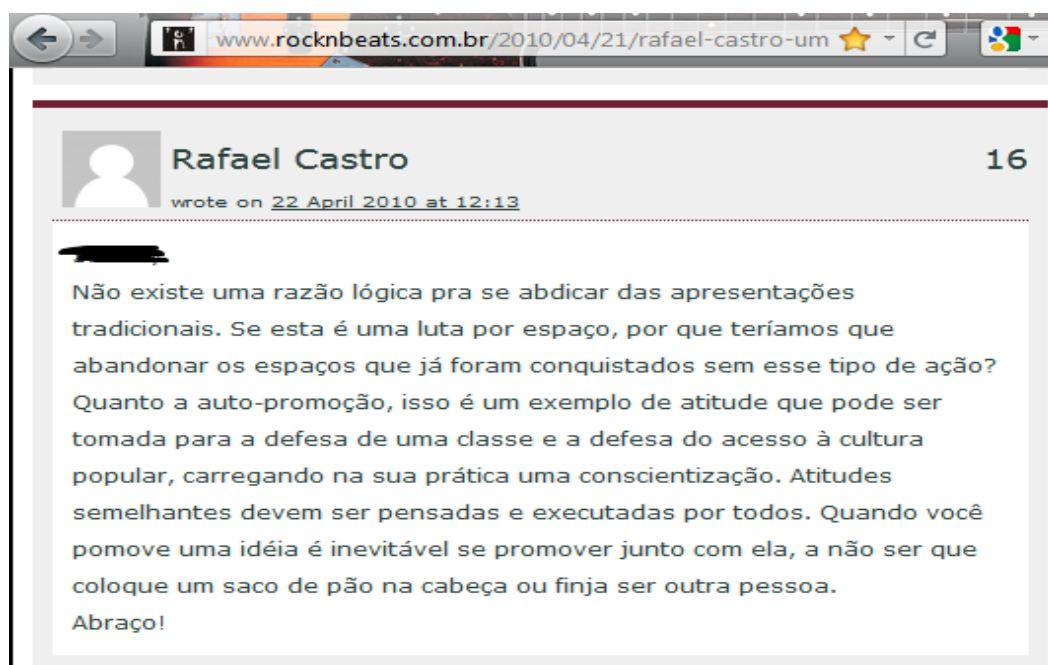
⁷⁶ Até porque os artistas que surgiram como um *hit* espontâneo na internet e que continuam atraindo a atenção do público, ainda são aqueles que acabaram sendo contratados por grandes gravadoras.

⁷⁷ O que não invalida o fato de que hoje temos uma relação com a cultura muito mais saudável do que no início da Indústria Cultural. Os escritos pessimistas de Adorno, por exemplo, não fazem mais tanto sentido em um ambiente musical como o do século XXI, em que prevalece a interatividade e a possibilidade de escolha em detrimento de uma imposição do que se deve ouvir e quando.

O comentário revela o paradoxo da questão: a luta terrorista contra a cena independente, que se revela em uma crítica aos bares e casas de *shows* que abrigam estes músicos é uma guerra para a eliminação desses espaços, como uma alternativa ao que existe? Ou uma sugestão de remodelação, para que esses espaços recebam os músicos de maneira mais coerente e justa?

Rafael Castro parece defender, coerentemente, a segunda possibilidade, como se vê na resposta que ele deu ao comentário já citado (figura 14):

Figura 14 - Resposta de Rafael Castro aos comentários feitos em matéria para o site *Rocknbeats*.



Fonte: <http://www.rocknbeats.com.br/2010/04/21/rafael-castro-um-terrorista-contra-a-cena-independente/>

A discussão, com interferência de muitos outros usuários, com reclamações sobre a autoria da ideia do gerador e divergências ideológicas, além de muitas outras discordâncias, se mantém do dia 21 a 27 de abril de 2010, com 53 falas distintas, todas muito intensas e acaloradas.

Apesar de estarem todos ali motivados por um mesmo aparente propósito (o fortalecimento da cena independente em detrimento da manipulação gerada pela mídia e pelas grandes corporações que agem sobre o mundo da música), foi impossível que se encontrasse um ponto comum.

Isso não é nenhuma novidade e nenhum absurdo. Parece-me próprio do ser humano essa atitude de rejeitar mesmo o que procura e de acreditar que a sua alternativa é sempre mais vantajosa do que a do outro. O fato dos comentários terem se estendido por tanto tempo⁷⁸ também não revela um fracasso da tentativa de Rafael Castro, creio até mesmo no contrário. Considerando a quantidade de polêmicas levantadas, a matéria suscitou um debate importante e colocou o artista em evidência diante de um público interessado nas mesmas ideias que ele. Nada melhor do que isso.

O único problema, no entanto, é que se fica com a sensação de ausência de referência em relação ao elemento mais importante: qual é o caminho que deve ser adotado pelo artista independente?

É provável que alguém considere essa pergunta sem propósito. Quer dizer, é preciso mesmo se apontar um caminho certo? Bem, talvez não. Mas o fato é que a indústria fonográfica constituiu um caminho e uma proposta para o músico de gravadora. Se a *internet* possibilita uma alternativa a esses músicos que estão fora deste círculo da mídia, então é natural que aqui se tenha também um caminho a seguir. Mas quem deve defini-lo?

Um indício desse caminho foi apresentado pela banda inglesa Radiohead, quando do lançamento do álbum *In Rainbows*, em 2007. O Radiohead, que havia abandonado sua gravadora antes do lançamento do álbum, utilizou uma estratégia nova de divulgação. Em vez de levar o trabalho diretamente às lojas e cobrar um valor específico pelo produto, a banda decidiu lançar o *In Rainbows* inicialmente em versão digital através do *site* da própria banda. O lado inovador, no entanto, estava na permissão para que cada usuário pagasse o quanto quisesse pelo disco. Era permitido, inclusive, não pagar nada e baixar as músicas de graça.

Logo após o lançamento digital, a banda inglesa divulgou também uma versão física do álbum. Um modelo simples vendido nas lojas (apenas o disco) e uma caixa com o *cd*, vinis e artigos de divulgação da banda (essa versão vendida apenas pelo *site* e com tiragem limitada).

Dessa estratégia incomum a banda extraiu vários benefícios: sucesso de público e crítica (pela qualidade das músicas), rentabilidade semelhante à

⁷⁸ Sete dias em um único tópico na internet é realmente muito tempo.

dos seus lançamentos anteriores (apesar do fato de que muitos não pagaram nada) e a conquista da imagem de uma banda desapegada do dinheiro, independente das grandes gravadoras e preocupada em agradar aos fãs. Além disso, a banda conseguiu mídia gratuita em milhares de *sítes*, jornais e canais de televisão que noticiaram o inusitado lançamento.

Considero este um bom exemplo de lançamento independente que deu certo. E, sem dúvida, ele deu esperança a muitos músicos que buscavam uma proposta alternativa ao esquema da indústria fonográfica. Mas será que esse modelo realmente é interessante para todo músico independente? Marcelo de Oliveira, que estudou o caso em seu trabalho dissertativo, trata a questão assim:

Um dos principais problemas da indústria fonográfica tradicional era quando os caras queriam, os chefões, queriam dizer como o músico devia fazer o trabalho dele. O que ele devia gravar, qual o repertório, com qual produtor, com que cara etc. E isso é ruim, não tem a menor dúvida que muita gente se deu mal por isso. Por outro lado, teve coisa que deu certo, comercialmente, naquele momento, mas acabou com a carreira do artista, porque a indústria acaba tirando a base de público que ele tinha antes e não conquista uma nova. E o Radiohead conseguiu muito com a história do pague o quanto quiser. Embora mais da metade não tenha pago nada, com os que pagaram eles conseguiram se capitalizar e inverteram tudo. Eles contrataram um selo pra fazer o cd, colocar no mercado, vender e distribuir. Então, foi uma jogada de mestre. Agora, a conclusão que eu cheguei é que não sei se isso é um modelo de negócio. (OLIVEIRA, 2011)

É fato que essa inversão do processo natural é uma conquista, mas ela só deu certo por ter sido executada por uma banda que já tinha um longo tempo de exposição na grande mídia. Concordo, nesse sentido, com Marcelo de Oliveira, quando ele afirma que “não é qualquer um que vai se lançar no pague o quanto quiser e vai se dar bem. Tanto que o próprio Radiohead não tá repetindo a coisa⁷⁹.” (OLIVEIRA, 2011)

Assim, a atitude adotada no discurso latente de Rafael Castro, como um músico que não quer depender do mercado, me parece muito com um desejo de que essa possibilidade de que cada um possa gerir sua própria carreira se torne uma regra para todos. O que não fica muito claro, contudo, é

⁷⁹ Recentemente o Radiohead lançou o álbum *The King of Limbs*, mais uma vez pelo *site* da banda, mas sem a possibilidade do “pague o quanto quiser”.

que uma banda como o Radiohead só pôde fazer o que fez por ter tido uma imagem construída por um longo contrato com gravadora multinacional.

Ou seja, o Radiohead não era uma banda independente que começou a produzir suas músicas e a divulgá-las pela *internet* chegando ao sucesso por conta própria. O Radiohead é uma banda que fez muito sucesso na década de 1990, teve muitos *hits* sendo executados em rádios e clipes passando na *MTV*.

O talento dos músicos consolidou a imagem que o público tem da banda em conjunto com o investimento da gravadora. É muito difícil que o mesmo aconteça de forma tão intensa com um grupo que se autopromove pela *internet*.

Uma prova disso é que a estratégia da “vaquinha” não garantiu por si só a turnê de Rafael Castro e nem os “ataques terroristas” com o gerador foram muito longe.

Mas o cantor conseguiu tirar algo significativo disso tudo: o prestígio que adquiriu diante do público independente⁸⁰ e certo espaço na grande mídia. Rafael Castro já teve matéria sobre sua música publicada na revista *Rolling Stone*, participou do programa *Estúdio Showlivre* do site *UOL*, tocou com o coletivo *Os Novos Paulistas* no festival *Planeta Terra* de 2010 e tem três clipes seus sendo veiculados na *MTV*. Nada mal para quem se descreve assim em seu perfil do site *Palcomp3*:

(...) com dezessete anos comecei fazer músicas nesta linha que vocês estão ouvindo aí e acho que daqui pra frente não vai mudar muita coisa, uma vez que hoje já tenho umas 60 músicas gravadas nessa atmosfera. Essas gravações foram feitas no meu quarto, com aqueles microfones de 10 reais que todos tem no computador, gravando eu todos os instrumentos e mixando com esses programinhas que baixa-se por aí. Nas composições falo de coisas simples que todo mundo já viu ou já imaginou, sem grandes complicações e sem exigir do ouvinte qualquer conhecimento prévio, esperando que, um dia, todos possam cantar essas canções ao tomar banho. A ideia é essa, músicas simples, criativas e bacanas. (CASTRO, s/d)

De forma alguma quero afirmar ser contraditório que um músico independente queira ter sucesso. Parece-me, na verdade, um caminho natural.

⁸⁰ Principalmente pela defesa de ideias e princípios comuns. Mas também, é claro, pelo trabalho musical apresentado.

O músico é independente porque não encontra apoio da indústria, mas se esse aparece não há porque recusar.

“O cara é totalmente independente, mas se aparecer um cara com dinheiro pra investir na carreira dele ele vai adorar”, me disse sabiamente Marcelo de Oliveira. Concorro com esta perspectiva. E quero ratificar que o sucesso que começa a aparecer na carreira de Rafael Castro é fruto de seu trabalho musical de qualidade e de sua batalha corpo a corpo nas redes sociais, divulgando suas músicas, *shows* e clipes, como atesta a **figura 15**, que faz referência ao lançamento de um clipe do artista.

Figura 15 – Blog www.osmonumentais.blogspot.com, um dos lugares onde Rafael Castro divulga seu trabalho. Atenção para o termo utilizado para divulgação das outras redes sociais: “fechando o cerco” (canto inferior direito da imagem).



Fonte: <http://osmonumentais.blogspot.com/>

A questão é que parece existir uma força contrária, que exige um discurso extremista por parte daqueles que estão no lado oposto da indústria fonográfica. E esse discurso aparece em muitas das falas de Rafael Castro nas entrevistas que ele mesmo disponibilizou na *internet* como forma de divulgação de seu trabalho. Por outro lado, a quantidade de investidas que o músico faz nas redes sociais aponta para um caminho diverso, para uma tentativa de superexposição na rede em busca de visibilidade⁸¹.

⁸¹ No **ANEXO A** coloquei um apanhado de imagens com as diversas redes sociais que Rafael Castro mantém na internet.

Aliada a essa questão do uso das redes sociais está o apelo pela facilidade do uso da tecnologia. O que proporciona a Rafael Castro barateamento do processo de produção⁸² é justamente a possibilidade de não precisar de um estúdio de gravação.

Em entrevista para o *site* do programa de rádio *Garagem*, quando perguntado se a história de que ele gravava em casa era real ou *marketing*, Rafael Castro respondeu:

É real. Gravo tudo em casa com aqueles microfonesinhos de PC, aqueles de plástico que vêm com o micro quando você compra em loja de eletrodomésticos. Isso também é uma estratégia de marketing, mas, convenhamos, uma péssima estratégia. E eu tenho medo disso; (*Rafael olha para o próprio pé e espirra*) as pessoas podem se encorajar a fazer gravações caseiras toscas e a gente pode acabar sendo bombardeado com mais um lote de música de péssima qualidade. (GARAGEM, 2008)

Existe uma desconfiança, portanto, por parte dos próprios músicos em relação à viabilidade técnica desse tipo de investida, no sentido de uma preocupação com a qualidade.

Para Eduardo Patrício a vantagem clara que a tecnologia nos dá é que “processos diversos de produção musical (que vão desde ensaios e pré-produção até divulgação e distribuição da música) foram descentralizadas e hoje têm um outro alcance” (PATRÍCIO, 2011). Marcelo de Oliveira concorda com essa perspectiva lembrando que hoje as pessoas têm uma vivência com a música bem mais intensa do que a de 15 ou 20 anos atrás, quando era difícil, às vezes, se conseguir um disco mesmo de artistas famosos.

De fato, a *internet* e a tecnologia facilitam o processo para os dois lados: o produtor e o consumidor. O produtor ganha com o baixo custo da produção e facilidade de divulgação. E o consumidor ganha com a enorme quantidade de material disponível na *internet*.

Apesar disto, no entanto, os caminhos que ligam músicos como Rafael Castro e o público ainda são misteriosos. Recuero (2009, p.72) utiliza o termo “centralidade” para se referir à popularidade de um determinado nó da *internet* (o ator no caso das redes sociais).

⁸² Ele já disponibilizou oito álbuns para download gratuito no MySpace.

Esse grau de centralidade se mede pelos graus de entrada e saída de informações nas redes sociais. Por exemplo: quando alguém cria muitos tópicos em um *blog* e não recebe comentário, resposta, não é *linkado* para nenhum outro *blog* e não tem “amigos” que o seguem nas redes sociais, então é possível afirmar que seu grau de centralidade de entrada é baixo.

O que observei é que no caso dos artistas já estabelecidos na mídia existe um grau de centralidade de entrada muito alto, mas pouco retorno para esses seguidores. Quer dizer, o artista é seguido e comentado por muitos usuários (entrada), mas não oferece retorno para eles na mesma medida (saída). Em grande parte isso acontece pela discrepância numérica da quantidade de fãs, mas não só por isso.

Já em artistas independentes o que observei é que existe um equilíbrio entre a centralidade de entrada e a centralidade de saída, que é o ponto em que o artista oferece retorno para o seguidor, para o fã.

Para testar isso, tomei como referência o *microblog Twitter* da banda inglesa *Radiohead* e o do músico paulista Rafael Castro⁸³.

O *Radiohead* possui, no exato momento em que escrevo, 413.390 (quatrocentos e treze mil e trezentos e noventa) seguidores⁸⁴. No entanto, a banda liderada pelo vocalista Thom Yorke segue apenas 2 (dois) usuários do *Twitter*: o próprio Thom Yorke e Philip Selway, o baterista da banda. Como havia dito antes, alto grau de centralidade de entrada (muitos fãs) e pouquíssimo grau de centralidade de saída, que não se mede apenas por quem se segue, mas também pelo número de mensagens deixadas. Mas vou falar disso mais adiante.

Rafael Castro, por outro lado, possui (também no momento em que escrevo essas linhas), 1.202 (mil duzentos e dois) seguidores e está seguindo 517 (quinhentos e dezessete) pessoas. Ou seja, aqui os graus de centralidade de entrada e saída estão um pouco mais equilibrados.

Utilizei também os dados oferecidos pelo *site Tweetwasters*⁸⁵, que calcula o tempo que cada usuário utilizou “tuitando” na *web*⁸⁶. No caso do

⁸³ No **ANEXO B** apresento *printscreens* dos *microblogs* referenciados.

⁸⁴ Um “seguidor”, no *Twitter*, é o internauta que se inscreve na página do *Twitter* de outras pessoas (e/ou empresas) para receber atualizações a cada nova mensagem postada.

⁸⁵ <http://tweetwasters.com/>

Radiohead o *site* calculou que a banda gastou, aproximadamente, o equivalente a 0.41 horas usando o *Twitter* desde que se inscreveu nele. Em relação a Rafael Castro, os dados mostram que ele passou cerca de 10.79 horas no *Twitter* desde que passou a usar o *microblog*.

Considerando, também, que provavelmente as atualizações do Radiohead não são feitas pela banda e que possivelmente todas as atualizações de Rafael Castro são feitas pelo próprio, é possível se ter uma ideia da diferença de esforço corpo a corpo entre músicos já estabelecidos na mídia e os que ainda procuram um lugar ao sol.

Importante lembrar que esses dados não justificam o apreço que os artistas possuem em relação aos fãs. Como disse antes, parte da falta de centralidade de saída do Radiohead se deve à impossibilidade real de atender a um número grande de fãs.

Por outro lado, no caso de Rafael Castro, a tendência é que, na mesma proporção em que cresce sua popularidade e deslança sua carreira, decresça o seu grau de centralidade de saída, já que terá cada vez menos necessidade de contato direto com o público (que muitas vezes trata de divulgar por si só o trabalho dos artistas) e menos possibilidades de realizar isto a contento.

Essa comparação, no entanto, serve aqui para desmistificar a sensação idealizada em torno da audiência planetária. O que grande parte dos entusiastas da *internet* e músicos independentes sonham é que um dia todos irão divulgar seus trabalhos livremente e possam atingir um público receptivo que possa consumir esses produtos sem a pressão da mídia, remunerando minimamente diretamente aqueles que estão envolvidos na parte essencial do processo, ou seja, os próprios artistas.

Mas o que cada um dos usuários de uma rede social, a partir das observações que tenho feito, espera de um artista independente, é que ele esteja efetivamente disponível para discutir ideias e possibilidades de ação, que ele realmente considere as sugestões do público e que acolha cada um de forma mais receptiva que puder.

⁸⁶ Ver comparação no **ANEXO C**.

Infelizmente, contudo, isso só é viável até certo ponto. O mais provável é que cada músico com discurso enervado contra a indústria fonográfica, contra a mídia e a terrível imposição que ambas lançam sobre os artistas e sobre o público, acabe por se adaptar às circunstâncias do mercado da melhor forma que lhe seja possível.

Muitos artistas perdem fãs por isso. Mas qual é a saída? Permanecer independente por opção e depender da contribuição de fãs cada vez mais habituados ao consumo de produtos culturais gratuitos na *internet*?

No fim de tudo o que sobressai é o desejo honesto de se manter com a música e de se realizar com ela. E aqui, tanto o dinheiro como o sucesso diante do público e da crítica cabem no sonho.

Rafael Castro, em seu perfil do *Facebook*, apresenta uma descrição irônica de si mesmo, própria de um combatente da música independente (que ele efetivamente é!), e que sublima e prenuncia um futuro almejado para além das utopias próprias da era da tecnologia digital:

Desde que surgiu, Rafael Castro, com a ajuda dos Monumentais, vem vendendo milhões de cópias e fazendo turnês milionárias pelo mundo todo. Hoje em dia a banda já não sabe o que fazer com tanto prestígio e tanto filho espalhado por aí. (RAFAEL, s/d)

Tirando a parte dos filhos, é difícil acreditar que qualquer músico independente realmente não queira tal destino.

A partir das minhas observações nesta pesquisa consegui perceber a presença uma nova ética do consumo, sustentada por uma imensa quantidade de usuários da *internet* que se habituaram a fazer *downloads* gratuitos. Esta situação provoca uma reação em cadeia na direção dos músicos, que precisam agora de um foco em fontes de renda diferentes da venda de produtos. A principal destas rendas é, naturalmente, o *show*. Mas existe também uma crença de que será possível, em algum momento, que os músicos se mantenham principalmente através de doações feitas por parte dos fãs, como uma forma de agradecimento pelo conteúdo disponibilizado gratuitamente na *web*.

É realmente difícil prever se isso acontecerá ou não. Mas a mudança de postura do *Radiohead*, que lançou um álbum em 2007 adotando uma

estratégia de permitir que os fãs pagassem o quanto quisessem pelo *download* do disco e em 2010 abandonou essa tática no lançamento de seu novo trabalho, já dá uma indicação de que este não é um modelo de negócio que pode valer para todos por muito tempo.

Além disto, a pesquisa me levou a perceber a indústria fonográfica de uma maneira bem menos maniqueísta do que parece e, apesar dos discursos extremistas dos músicos independentes e dos defensores da cultura livre na *internet*, a impressão que fica é que a indústria fonográfica não quer combater a *internet* e seus desdobramentos, mas sim encontrar uma forma alternativa de se inserir nesse mercado, um mercado virtual que acolhe os músicos amadores e profissionais, que vivencia um ambiente de imensa criatividade e socialização de conhecimento e que se sustenta na facilidade de produção e divulgação da cultura por meio de *softwares* cada vez mais baratos e pela utilização das redes sociais.

Por tudo isso, entendo que esse mundo tecnológico e virtual em que vivemos é, provavelmente, o mais perto que a humanidade já chegou do sonho comum de se ver o conhecimento e a cultura sendo repassados com igualdade para todos. Ainda falta muito para que esse sonho deixe de ser só uma utopia, mas as transformações que ocorrem no microcosmo da música já me parecem provar que a humanidade alçará voos maiores em direção a uma existência mais justa, livre e digna.

CONCLUSÃO

A motivação inicial para este trabalho foi a percepção de uma nova realidade para o músico contemporâneo. Uma realidade constituída pelo acesso a milhares de dados através da rede mundial de computadores, pela possibilidade de ampliação criativa a partir do surgimento de *softwares* cada vez mais intuitivos que permitem o acesso a composição sem a necessidade de uma formação sólida em música e por novas plataformas de acesso e divulgação da música, chamadas de redes sociais virtuais.

Este ambiente completamente novo traz uma quantidade enorme de questões que estão longe de serem resolvidas. E isso se dá principalmente pela característica básica da cultura como um todo e que a velocidade do mundo atual só acentua: a dinâmica.

A cultura não é e nunca foi estática e uniforme. Mas a *internet*, a tecnologia digital, os avançados meios de comunicação acentuam essa dinâmica exponencialmente, fazendo com que cada um acredite que o que vivencia é algo inteiramente novo e inusitado. De fato, toda novidade é exuberante.

A grande diferença, acredito, é que por muito tempo o ser humano pôde observar com calma a realidade e pouco a pouco habituar seu olhar sobre ela até compreendê-la em seu processo de mudança. No entanto, isso não é mais possível. Afinal de contas, como fazer isso em um mundo que se modificou drasticamente nos mais diversos setores (ciências, artes, política, tecnologia aplicada etc.) em menos de duas décadas, a ponto de se tornar quase irreconhecível?

Partindo disto, o objetivo que me propus aqui não era simples. Em primeiro lugar, procurei com esta pesquisa investigar a produção musical a partir da utilização das tecnologias digitais, levando em consideração as implicações das redes sociais virtuais e da tecnologia nos modos de produção e difusão da música.

Para tanto, fiz, num primeiro momento, uma incursão no universo da música, abordando a transformação desta até sua simbiose com a tecnologia digital, que se acentua no século XX e continua no século XXI.

Para compreender melhor essa relação entre música e tecnologia digital, procurei discutir o conceito de cibercultura em sua relação com a produção musical, avaliando e ponderando sobre conceitos importantes como ciberespaço, interconexão, inteligência coletiva e espaço virtual.

As questões próprias ao consumo e sua contribuição na constituição das identidades na *internet* foram também um ponto importante desta pesquisa, já que nortearam e subsidiaram a análise dos discursos dos produtores-artistas sobre o uso da tecnologia digital.

Por fim, procurei observar e analisar a interação entre os produtores-artistas e os usuários consumidores dentro das redes sociais virtuais, considerando o papel multifacetado dos músicos independentes e sua relação com pessoas cada vez mais exigentes e conscientes de seu papel como consumidores de produtos que elas deliberadamente escolhem e divulgam como colaboradoras espontâneas.

A tarefa mais árdua em tudo isso foi reconhecer a medida do meu olhar como pesquisador e como entusiasta da música e da tecnologia digital.

A minha conclusão em relação a isso é que, sendo a imparcialidade um sonho inalcançável, o mais importante era eu ser o mais verdadeiro possível com minhas impressões, correndo lado a lado com o saudável risco do erro.

Falei anteriormente, neste trabalho, do otimismo de alguns autores como, por exemplo, Pierre Lévy. Mas gosto de lembrar que esse otimismo não é, na maior parte das vezes, um otimismo ingênuo, e por isso mesmo ele foi importante para me lembrar dos desafios que a cultura do século XXI impõe a cada um:

Não quero de forma alguma dar a impressão de que tudo o que é feito com as redes digitais seja 'bom'. (...) Peço apenas que permaneçamos abertos, benevolentes, receptivos em relação à novidade. Que tentemos compreendê-la, pois a verdadeira questão não é ser contra ou a favor, mas sim reconhecer as mudanças qualitativas na ecologia dos signos, o ambiente inédito que resulta da extensão das novas redes de comunicação para a vida social e cultural (LÉVY, 1999, p.12)

Por tudo isso, não tentei estabelecer uma valoração de obras ou de suas qualidades estéticas e das implicações da cibercultura sobre a produção

musical em nível qualitativo. Não quis entrar nesta dissertação em questões subjetivas que demandassem justificativas sobre o porquê isto é bom ou ruim, ou se isto é arte ou não. Essa era uma discussão que extrapolava os meus objetivos.

Por isso, o diálogo com a obra de muitos teóricos da cibercultura foi efetuado em relação às possibilidades de construções de identidades no ciberespaço, principalmente no tocante à questão das redes sociais virtuais e nas definições de estreitamento de questões relativas à cibercultura, como já mencionei anteriormente.

Outros autores, mais próximos da música, me ajudaram a discutir questões e problemas pertinentes à utilização das novas mídias para a composição e execução da música através de computadores; construção de novos sons que implicam em novas relações sensoriais; considerações sobre o que define um trabalho de estúdio, sobre o que é um intérprete ou performance etc.

Para a compreensão do fenômeno das redes sociais procurei referências importantes que incidissem sobre as pesquisas das práticas que advém da utilização das redes sociais, discutindo a fruição de bens simbólicos através da *internet*, a memória social e a questão da reputação dos usuários de comunidades virtuais.

A *internet*, de maneira geral, me ofereceu uma possibilidade de interpretação de um microcosmo que são as comunidades virtuais. Essa análise do microcosmo foi necessária pela necessidade que tive de realizar um “recorte” como metodologia de investigação.

A análise das redes sociais virtuais como um todo implicaria em uma análise do mundo inteiro conectado, o que não é só inviável, como impossível. O importante, portanto, foi perceber como a análise deste microcosmo pode nos ajudar a compreender um pouco do aspecto macro da sociedade.

Para realizar efetivamente o que me propus optei pela seguinte estrutura metodológica: entrevistei dois músicos que utilizam a *internet* como meio de veiculação de seus trabalhos atuando simultaneamente como músicos e produtores (Marcelo de Oliveira e Eduardo Patrício) e observei um músico

que utiliza a *internet* e, principalmente, as redes sociais, como meio de divulgação e promoção de seu trabalho (Rafael Castro).

Com isso procurei escutar e analisar as falas de músicos que conhecem de dentro pra fora os processos de produção e divulgação da música, além de terem produzido pesquisas acadêmicas próximas dessa temática e “ouvir”, através da observação, a fala de um músico e sua relação com o público, nas mais diversas situações que se apresentam para um músico independente na era da *internet*.

A análise feita sugere a vivência, por parte tanto de músicos como dos consumidores, de um sonho em torno de uma possível audiência planetária, composta por todas as pessoas potencialmente conectadas a um computador com banda larga e que seriam livres das pressões do mercado fonográfico e da mídia como um tudo.

Não é possível provar que essa audiência existirá algum dia (o mais provável é que não), mas parece existir uma nova moral instaurada no cerne da cultura independente, que prega a defesa dos valores da cultura livre em oposição à indústria autoritária, mas que passa a ocupar os espaços abertos pela própria mídia e pelo mercado fonográfico, quando estes lhe favorecem.

Neste sentido, um dos principais aspectos positivos desta pesquisa foi a percepção de que vivemos em uma época em que existem alternativas reais e eficientes aos modos de produção e divulgação tradicionais da música. Hoje é muito mais fácil e barato gravar, produzir e divulgar um álbum. E essas possibilidades não só democratizam a música, como também revitalizam o papel dos músicos amadores e dos ouvintes, que encontram na *internet* um espaço de socialização da cultura e divulgação de ideias.

Esse espaço pode conduzir cada um de nós a um mundo mais justo e apropriado para o debate de ideias e para uma vivência de uma realidade que seja, de fato, democrática.

Para estudos posteriores, considero importante a constituição de uma metodologia própria para análise dos fenômenos sociais na *internet*, visando oferecer ao pesquisador mais elementos entre os instantes de observação e coleta de dados qualitativos.

Além disso, parece que se abriu recentemente um imenso campo de pesquisa na área de música, tecnologia e redes sociais, em diversas vertentes. Vejo aí um espaço interessantíssimo para ser explorado em suas múltiplas possibilidades, exatamente enquanto a tecnologia se desenvolve.

Não tenho nenhum dado que comprove a ampliação deste campo de pesquisa. Essa é apenas uma intuição minha, e vou segui-la. Afinal de contas, o futuro em si mesmo está acontecendo agora. E não quero ceder à tentação de me negar a vê-lo.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. **Prismas** – crítica cultural e sociedade. São Paulo: Ed. Ática, 2001.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2006

AMARAL, A. Fãs-usuários-produtores: uma análise das conexões musicais nas plataformas sociais MySpace e Last.fm. In: Perpetuo, I; Silveira, S. (Org.) **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009b.

_____. **Plataformas de música online**. Práticas de comunicação e consumo através dos perfis. Revista Contracampo, Niterói, n. 20, nov. 2009c.

_____. **Autonetnografia e inserção online**. O papel do pesquisador-insider nas subculturas da web. Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos, São Leopoldo, jan-abr 2009a.

AMARAL, A., NATAL, G., VIANA, L. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. Revista Sessões do Imaginário, Porto Alegre, ed. 20, Dez.2008.

AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. *Blogs*: mapeando um objeto. In: AMARAL, A.; RECUERO, R.; MONTARDO, S. (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BARRAUD, Henry. **Para compreender as músicas de hoje**. São Paulo: Perspectiva, 2005 (Coleção Signos Música, 1)

BAUDRILLARD, J. **À sombra das maiorias silenciosas**: o fim do social e o surgimento das massas. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.

BAULEY, Ethan. **HP research shows mainstream media drive Twitter 'trends' to a surprising degree**. Disponível em: <<http://h30507.www3.hp.com/t5/Data-Central/HP-research-shows-mainstream-media-drive-Twitter-trends-to-a/ba-p/87985>> Acesso em 08.03.2011

BOURDIEU, Pierre. **O Capital Social**: notas provisórias. In: NOGUEIRA, Maria Alice & CATANI, Afranio. Escritos de Educação. Petrópolis, 1998: Vozes.

CAMILO, Christian. **Rafael Castro, um terrorista contra a cena independente?** Disponível em: <<http://www.rocknbeats.com.br/2010/04/21/rafael-castro-um-terrorista-contra-a-cena-independente/>>, 2010, Acesso em: 08.07.2011

CANCLINI, N. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 1997.

CANDÉ, Roland de. **História Universal da música**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CASTRO, Rafael. **Perfil no site Palcomp3**. Disponível em: <<http://palcomp3.com/rafaelcastro/#release>>, Acesso em 07.06.2011

CHROME Experiments. Disponível em: <<http://www.chromeexperiments.com/>> Acesso em 08.03.2011

COMTE-SPONVILLE, André. **Apresentação da filosofia**. São Paulo. Martins Fontes, 2002.

CONFLITOS no Egito, Internet é Bloqueada. Disponível em <<http://noticiascontecimentos.com/2011/01/28/conflitos-no-egito-internet-e-bloqueada/>> Janeiro, 2011. Acesso em 08.03.2011

CONHEÇA Mystery Guitar Man, o brasileiro que faz sucesso no Youtube. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI162744-17770,00-CONHECA+MYSTERY+GUITAR+MAN+O+BRASILEIRO+QUE+FAZ+SUCES+SO+NO+YOUTUBE.html>> Setembro, 2010. Acesso em 08.03.2011

CORRÊA, Norton F. **Os tambores batá no batuque do Rio Grande do Sul** (extremo-sul brasileiro), Disponível em: <<http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2009/files/CorreaNorton.pdf>>, 2009, Acesso em: 10.08.2011

COULTER, L.; JONES, J. **Como gravar suas músicas e colocar na internet**. Barueri, SP: Girassol, 2010.

DE ONDE surgiu a expressão 'fazer uma vaquinha?'. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/educacao/vocesabia/interna/0,,OI3515192-EI8399,00-De+onde+surgiu+a+expressao+fazer+uma+vaquinha.html>>, 2011, Acesso em 07.08.2011

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DESCARTES. **Discurso do Método**. São Paulo: Abril, 1973.

DOMINGUES, Diana. Redefinindo Fronteiras da Arte Contemporânea: Passado, Presente e Desafios da Arte, Ciência e Tecnologia na História da Arte. In: DOMINGUES, D. **Arte, Ciência e Tecnologia**. São Paulo: Editora Unesp, 2009.

GARAGEM. **Entrevista com Rafael Castro**. Disponível em: <<http://programagaragem.blogspot.com/2008/04/mais-uma-entrevista-da-sria-srie.html>>, 2008. Acesso em: 06.07.2011

GRIFFITHS, Paul. **A Música Moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HINE, C. **Virtual ethnography**. Acesso em: 08.06.10. Disponível em: <<http://www.sosig.ac.uk/iriss/papers/paper16.htm>>

HOUAISS, A. e VILLAR, M. **Minidicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

IAZZETTA, Fernando. **Música e mediação tecnológica**. São Paulo: Perspectiva: Fapesp, 2009 (Coleção Signos Música, 11)

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETTS, R. **The Field Behind the Screen: Using Netnography For Marketing Research in Online Communities**. Journal of Marketing Research, 39, 2002.

LE MOS, André. Cibercidades. In: LEMOS, A.; PALACIOS, M. (Orgs.) **As janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LE MOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, PIERRE. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: ED. 34, 1993.
_____. **Cibercultura**. São Paulo: ED. 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. Máquina e Imaginário. In: DOMINGUES, D. **Arte, Ciência e Tecnologia**. São Paulo: Editora Unesp, 2009.

MEDAGLIA, Júlio. **Música impopular**. São Paulo: Global, 2003.
_____. **Música, Maestro! Do canto gregoriano ao sintetizador**. São Paulo: Globo, 2008.

MARX, Karl. **Para a Crítica da Economia Política**. São Paulo: Nova Cultural, 2005 (Coleção Os Pensadores)

MORIN, Edgar. **A Cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento**. RJ: Bertrand Brasil, 2003.
_____. **Ciência com consciência**. RJ: Bertrand Brasil, 2005.

MÚSICA na internet. Disponível em: <http://www.abpd.org.br/musicalInternet_pesquisa.asp>, 2008, Acesso em: 07.06.2009

NIETZSCHE, F. **A Gaia Ciência**. São Paulo: Editora Escala, 2006.

_____. **Vontade de Potência.** Parte 2. São Paulo: Editora Escala, 2007.

OLIVEIRA, Marcelo Carvalho de. **Entrevista concedida a Marcos Ramon.** 2011.

PATRÍCIO, Eduardo. **Entrevista concedida a Marcos Ramon.** 2011.

PERPÉTUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sérgio Amadeu (Orgs). **O futuro da música depois da morte do CD.** São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PLATÃO. **A República.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

RAFAEL Castro e os Monumentais. **Página no Facebook.** Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Rafael-Castro-e-os-Monumentais/113937508251?sk=info>> Acesso em: 06.08.2011

RECUERO, Raquel. **Memes e dinâmicas sociais em weblogs:** informação, capital social e interação em redes sociais na internet. *In: Texto*, v.15, p.1, 2006.

_____. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano:** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SCHOPENHAUER, Arthur. **Da Morte/Metafísica do Amor/Do Sofrimento do Mundo.** São Paulo: Martin Claret, 2001.

SOUZA, Cláudio Manoel Duarte de. **Música eletrônica e cibercultura:** idéias em torno da socialidade, comunicação em redes telemáticas e cultura do DJ (Dissertação de Mestrado). Bahia, 2003. Disponível em: <<http://claudiomanoel.wordpress.com/dissertacaomusica-eletronica-e-cibercultura/musica-eletronica-e-cibercultura-claudiomanoel-completo/>> Acesso em 21.05.2010.

SZKLARZ, Eduardo. **A Internet nos deixa estúpidos.** Disponível em: <<http://super.abril.com.br/tecnologia/internet-deixa-estupidos-entrevista-mark-bauerlein-447688.shtml>> Setembro, 2008. Acesso em 08.03.2011.

TAKING it global. Disponível em: <<http://www.tigweb.org/>> Acesso em 08.03.2011

THE KING of limbs. Disponível em: <<http://www.thekingoflimbs.com/>> Acesso 08.03.2011

THE MIXTAPE club: A Arte da Compilação. Disponível em: <<http://ilicito.net/?s=Brian+Thomas>> Janeiro, 2011. Acesso em 08.03.2011

THE WILDERNESS downtown. Disponível em: <<http://www.thewildernessdowntown.com/>> Acesso em: 08.03.2011

THIESEN, Roberto. **Avaliação do Impacto Sócio-Ambiental Causado pela Utilização de Som Automotivo na Praia do Araçagi** (Projeto de Pesquisa em andamento na Universidade Federal do Maranhão). Disponível em <http://musica.ufma.br/pes/pes_2010-2_somautomotivo.pdf>, 2010, Acesso em: 07.07.2011

TURNÊ Rafael Castro no Sul do Brasil. Disponível em: <<http://www.vakinha.com.br/Vaquinha.aspx?e=29961>>, 2011, Acesso em: 06.09.2011

VEGETTI, Mario. **Um paradigma no céu**: Platão político, de Aristóteles ao século XX. São Paulo: Annablume, 2010.

GLOSSÁRIO

Apple – Empresa norte-americana que trabalha com produtos da área de informática e eletrônicos.

Baixar – Verbo utilizado na *internet* para traduzir o ato de fazer um *download*.

Blog – Página pessoal da *web* com característica de diário virtual, onde os usuários podem *postar* textos, fotos, vídeos etc.

Browser – É o termo utilizado para designar os diversos navegadores de *internet*.

Cd (compact disk) – É um disco de armazenamento de dados com grande capacidade e qualidade digital.

Cd Player – Aparelho que permite a execução de cd's, geralmente com outras funcionalidades, como rádio, por exemplo.

Ciberarte – Termo utilizado para o tipo de arte feita para o ambiente virtual, para o ciberespaço.

Cyber interview – Entrevista feita através de um dos mecanismos da *internet*, como e-mail, bate-papo etc.

Discman – Aparelho portátil criado pela Sony que permitia a execução de cd's.

Download – É o ato transferir dados de uma página conectada a um servidor na *internet* para outro computador.

E-mail – é o correio eletrônico. Um endereço utilizado para enviar e receber mensagens através da *internet*.

Facebook – Rede Social muito utilizada na *internet*.

Fanzines (fanatic magazines) – Eram revistas editadas por fãs, geralmente feitas de maneira artesanal.

Fifa 11 – Jogo de simulação de futebol criado pela empresa *Eletronic Arts*.

Google Chrome – Navegador de *internet* criado pela empresa *Google*.

Google Street View – Recurso que permite a visualização em 360° de diversas cidades do mundo todo.

Gtalk – Sistema de bate-papo utilizado a partir do Gmail.

Guitar Hero – Jogo de *videogame* focado na execução de músicas com dispositivos que procuram emular o ato de se tocar um instrumento.

Hi-fi – Alta fidelidade.

In Rainbows – Disco da banda inglesa *Radiohead*, lançado pela *internet*, sendo que os usuários poderiam baixá-lo pagando quanto quisessem ou não pagando nada.

Internauta – termo utilizado para designar o usuário da *internet*.

Ipad – Trata-se do *tablet* lançado pela empresa Apple.

Iphone – É um telefone móvel desenvolvido pela *Apple* com multi-funções, como câmera digital, editor de texto, tocador de áudio, navegador de *internet* etc.

Last.fm – É um *site* que funciona como uma rádio *online*, congregando usuários através de suas preferências musicais.

Link – É a ligação entre páginas de *internet* ou entre páginas de *internet* e arquivos de dados, áudio, vídeo ou texto.

Microsoft – Empresa multinacional de tecnologia informática.

Moodle – Plataforma online utilizada na educação à distância.

Mosaic – O primeiro navegador criado para a *internet*.

Mp3 (mpeg-1/2 audio layer 3) – Formato de arquivo de áudio que trabalha por meio da compressão de dados.

MSN Messenger – Programa de comunicação instantânea que permite troca de mensagens e de arquivos em diferentes formatos.

MySpace – Rede social virtual criada em 2003, focada principalmente na música.

Napster – Programa de compartilhamento de músicas.

Netscape – Um dos primeiros navegadores criados para a *internet*.

Online – Termo utilizado para designar quem está conectado à *internet*.

Plug-ins – Programa utilizado para adicionar funções a outros programas.

Postar – Termo utilizado na *internet* que significa o ato de publicar algo.

Rave – É um tipo de festa de longa duração (12 horas ou mais) que reúne um número muito grande de pessoas interessadas em dançar música eletrônica.

Samples – Amostras de sons já existentes que são manipulados em novos arranjos e formatos.

Skype – Programa que permite comunicação na *internet* através de mensagens de texto e utilização de vídeo.

Softwares – São os programas que são usados em computador para diferentes funções, como editar um texto, assistir a um filme ou ouvir música.

Songsmith – *Software* de áudio que permite criar música de maneira intuitiva, sem conhecimento técnico de música, como notas, harmonia, timbres etc.

Tablet – Dispositivo em forma de prancheta que permite acessar à *internet*, ler arquivos de texto, ouvir músicas, acessar jogos eletrônicos etc.

Tag – São etiquetas utilizadas em um documento para marcar certas informações no mesmo.

Tecno – estilo de música eletrônica.

Tuitar – Verbo utilizado para designar o ato de postar algo no microblog *Twitter*.

Upar – Verbo utilizado para designar o ato de se fazer um *upload*.

Upload – Transferência de dados a partir de um computador.

Vintage – “Antiquado”

Walkman – Aparelho portátil criado pela Sony e que permitia a execução de fitas cassete.

Wav – Formato de áudio não comprimido como o *mp3*.

Web (world wide web) – Rede de comunicação que permite a criação de páginas na *internet*, a transferência de dados, a participação nas redes sociais virtuais.

APÊNDICE – Entrevistas Transcritas

APÊNDICE A – Entrevista com Eduardo Patrício

Qual a importância da tecnologia digital para sua produção musical?

Fundamental. Praticamente todos os processos e etapas da minha produção hoje em dia envolvem o computador e/ou outro dispositivo digital. Gravo, edito e finalizo com ele. Além disso, ultimamente tenho desenvolvido instrumentos digitais que têm toda a sua estrutura de geração e processamento sonoros desenvolvidos em forma de algoritmos no computador.

Você acha que a tecnologia digital influencia sua música esteticamente?

Em que sentido?

Essa é uma questão delicada. Porque é complicado estabelecer o que exatamente acontece(u) em função da tecnologia. Mas, há bastante influência, sem dúvida. De modo geral, a tecnologia digital disponibiliza novas ferramentas ou encapsula outras mais antigas de um modo peculiar. Ou seja, a partir das infinitas tarefas e formas de realizá-las as ferramentas digitais estabelecem limites, fronteiras para se trabalhar.

Dois exemplos simples, mas mais específicos, o programa multipista que uso influencia na forma como organizo loops em uma estrutura musical; os controles peculiares das minhas guitarras digitais me forçam a tocar de modo diferente do violão ou de uma guitarra elétrica.

Você acha que a *internet* favoreceu a produção musical no Brasil? Se sim, como você avalia esse favorecimento?

Acredito que sim. De uma forma de outra, processos diversos de produção musical (que vão desde ensaios e pré-produção até divulgação e distribuição da música) foram descentralizados e hoje têm um outro alcance.

Como você vê a difusão da música através das redes sociais virtuais no Brasil?

Vejo como algo completamente distinto do que acontecia a 15 anos atrás, obviamente, e que já está razoavelmente enraizado nas práticas musicais. Os papéis de compositor, músico, produtor, ouvinte etc. tendem a se sobrepor de algum modo nas redes. Acho que isso é saudável.

Seu trabalho musical é dependente da utilização das redes sociais virtuais? Se sim, de que maneira?

De certa forma sim. Parte da música que faço chega a um determinado público somente através desses meios. Seria um misto de vitrine, prateleira e palco.

Para você qual o papel da indústria fonográfica no mercado de música pela *internet*?

A indústria fonográfica hoje é menos que uma sombra do que foi no século passado. É difícil pensar em qual papel ela estaria desempenhando. Mas me parece uma indústria que tenta de todas as formas migrar e se estabelecer na *Internet* através de estratégias de homogeneização que são um tanto contraditórias com a realidade da rede.

O que você pensa sobre a relação de escuta que estabelecemos com a música a partir do uso da *internet* e de suas possibilidades de acesso a grande quantidade de conteúdo?

Não sei. É uma outra escuta. É fragmentada e congestionada. Potencialmente rica, cheia de possibilidades.

Na sua opinião compor com máquinas oferece que tipos de vantagens e/ou desvantagens para a música contemporânea?

Essa pergunta poderia ser respondida com uma tese inteira. De imediato, é difícil pensar em termos de vantagem e desvantagem. O interessante é que as máquinas, a princípio criadas para solucionar problemas já existentes e realizar tarefas específicas acabam por criar novas demandas e novos caminhos criativos e assim as coisas caminham até não se sabe onde. Nesse processo

também são criadas novas formas de ouvir, vivenciar a música; novas relações entre seres humanos, e novas relações entre homem e máquina. É uma teia gigantesca e a gente só pode desconfiar de parte dela.

Com uso de tecnologia digital para a produção e audição de música aparentemente tendemos a ter uma relação mais sonora do que visual e tátil com a música (no sentido de tocar o instrumento ou ver a apresentação do artista). Como você definiria a relação corpo-máquinas-música hoje?

Menos tátil talvez... mas menos visual? Acho que não. Se há menos pessoas em palcos, há mais visualizadores nos computadores, vídeos, animações, VJs, telas de descanso, programas de áudio, sintetizadores virtuais, apps coloridos e cheios de metáforas audiovisuais. De qualquer forma, acredito que é possível que as coisas se realizem de um modo mais integral, sinestesticamente falando. As tecnologias digitais têm um potencial gigantesco nesse sentido. Além do mais, acho que a música necessita da vivência mecânica, gestual. Por isso busco fazer música eletroacústica com novos instrumentos; pela atrelação de som e movimento, e pela possibilidade de fazer isso ao vivo, em um palco. Pra ser visto e ouvido.

A música veiculada na *internet* é tão tradicional quanto a que era vendida pelas gravadoras antes da revolução digital que vivemos? Quer dizer, a revolução é também estética ou só dos meios de produção e difusão?

Acho que houve muitas mini-revoluções estéticas também. Digo isso pensando principalmente em Kim Cascone, estética da falha e as estéticas pós-digitais. Até porque as amarras estéticas de grupos sociais atuam de forma diferente das de uma diretoria de gravadora.

Como você pensa a relação música-performace com a tecnologia digital que temos hoje?

Mais uma pergunta que exige uma resposta-tese. Acho que falei um pouco disso antes. As possibilidades são infinitas. Música tocada à distância simultaneamente através de redes; “real-time scores”; música ubíqua; sistemas

interativos; audiovisual; “site-specific music”; laptop music; biofeedback; punch, samples, efeitos e palco silencioso (como num *show* do pato fu) ...

Para você o computador é um instrumento em que sentido?

Se a pergunta se refere à noção de instrumento de modo genérico, pra mim ele é uma caixa de ferramentas, ou uma fábrica inteira. Se se refere a instrumento musical, penso nele como uma orquestra potencial. Digo potencial porque é preciso muito esforço pra utilizar de maneira profícua a infinidade de recursos que ele oferece. Slork e plork poderiam ser, por exemplo, “conjuntos de orquestras”.

O contato com a tecnologia digital para a produção musical nos faz pensar na música mais como resultado do que como meio?

Pra mim, definitivamente não. Penso em processo e vivência.

Você acha que vivemos num momento de "coisificação" da música, consumindo mais do que produzindo? Como você avalia isso?

Acho que talvez a gente viva um momento de coisificação de tudo. Especificamente em relação à música, não sei... as tecnologias digitais desencadearam uma produção musical gigantesca.

Para você como é possível pensar a diferenciação entre músicos amadores e profissionais num ambiente virtual em que todos podem produzir?

Antes de tudo, cabe perguntar, o que seria profissional? Aquele que vive da música ou que tem estudo, treino etc?

Não sei se essa questão, posta assim, me interessa de modo algum. Até porque ela é mesmo anterior à disseminação das tecnologias digitais, não? Hoje “todos” podem produzir, mas sempre houve o fato de que “todos” podiam tocar. Quando a imprensa se desenvolveu e foi possível vender reduções de obras orquestrais pra piano pra que moças de família tocassem em casa, o que as diferenciava dos outros músicos? Acho que a chave talvez esteja no que se alcança esteticamente e o que se faz com isso.

APÊNDICE B – Entrevista com Marcelo Carvalho de Oliveira

Marcelo, você publicou, no final da década de 1990, o livro “Manual de produção de CDs e fitas demo”. Como surgiu esse livro?

No final da década de 1980, depois do *boom* do rock Brasil, o mercado se fechou pras bandas de rock de certa forma, a não ser aquelas que já estavam estabelecidas. E eu acompanhava muita gente aqui que fazia fita demo da banda e vendia nos *shows*, mas... a fita perdeu aquela coisa de ser só de demonstração, né? Virou um produto editorial. Foi aí que eu fiz minha pesquisa de onde saiu o livro. Mas eu mudei a linguagem completamente. Fiz uma coisa menos acadêmica – e nem era tão acadêmica assim. Mas eu queria fazer um manual mesmo. De início, 40 a 50 páginas e eu fiz tudo. Escrevi, editei, publiquei, vendi. E deu super certo. Porque não tinha nenhum manual assim. Tinha um ou outro parecido. Então eu consegui algum espaço. Imprensa, jornal grande, revista.

Numa outra linha, diferente do seu manual, tem um livro que se chama “Como gravar suas músicas e colocar na internet”. Você conhece?

Não.

Nesse livro, ao mesmo tempo em que existe uma fala sobre a tecnologia digital e se procura ensinar quem quer montar um *home studio*, existe uma defesa grande de um estilo de gravação em estúdio tradicional. Então, ao mesmo tempo que é para *internet*, existe uma defesa do estúdio em detrimento da tecnologia digital. Parece que a facilidade da tecnologia é um problema, principalmente em relação à qualidade.

Será que existe uma idealização da autonomia que a *internet* e a cultura digital proporcionam? Será que o produtor musical que faz tudo não está ansioso por entrar no mesmo processo da velha indústria fonográfica?

Bem, isso parece ser uma coisa que você já percebeu e que eu também percebi na minha pesquisa. Realmente é um fator a se considerar. Realmente os meios de produção digital, fonográfico, facilitaram muito as coisas. Mas tem um contra-pedal: eles facilitam pra todo mundo. Inclusive assim: o grande

problema é mais pros músicos profissionais, pro cara que quer uma carreira profissional, porque o que acontece? Ele tem uma competição muito maior, e antes já era grande, mas tinha muita gente sem nenhum aprofundamento na música. Essa é uma discussão que sempre existiu: profissionais X semi-profissionais X amadores. Só que o negócio é que os meios mais atuais de produção e a *internet*, favorecem mais os semi profissionais e os amadores. E para os profissionais, paradoxalmente, ele até tira umas formas de renda tradicionais. Por exemplo, no final da década de 1970, começo de 1980, a maioria das turnês dava prejuízo. O cara perdia dinheiro fazendo *show*, mas ele ganhava muito dinheiro vendendo disco, vendendo produtos associados, *merchandising*, patrocínio etc. Até que a gente tem uma situação hoje que eu diria que é o contrário. A maior parte dos artistas ganham dinheiro com o *show* e eles (eu não sei se perdem) mas ganham pouco com os produtos, os cds e até os dvds. E em relação ao formato digital é difícil considerar. O *Black Eyed Peas* foi o primeiro a vender mais de um milhão de cópias digitais. Mas tem que lembrar que é um milhão de uma música de 0.99 centavos. Não é muito pros padrões da antiga indústria. Até a década de 1990 qualquer bandinha fajuta vendia 3 milhões de álbuns. Cada um custava quinze dólares. Então é bem diferente.

Mas os *shows* funcionam como um bom negócio?

O problema é que o preço do ingresso aumentou de uma forma absurda, né? Por isso que os caras tão ganhando dinheiro com a turnê, porque tem gente que paga. Lembro que eu vi um *show* do Bob Dylan em Nova York e eu paguei 20 dólares. Não era o *show* mais caro que tinha. Mas era Bob Dylan por 20 dólares! Hoje não se assiste um *show* nos Estados Unidos por menos de 100 dólares. E aqui no Brasil também não! Aqui tem *show* de 300, 500 reais. Eu nem tenho ido muito, mas o pessoal tem dinheiro e vai.

Pois é, não sei se as pessoas tem dinheiro ou se o ídolo se tornou mais acessível e ficou mais fácil ter esses caras por perto. Eles viajam pelo mundo todo. Mas às vezes a sensação é também de que todos já viram o *show*, porque as turnês estão na *internet* e isso se deve aos fãs que vão

aos *shows* pra produzir conteúdo. Você não acha que mudou a identidade do fã que vai ao *show*?

Você já leu aquele livro do Jacques Attali chamado “Ruído”?

Não.

Não conhece? O nome é “Noise: The Political Economy of Music”. Acho que ainda não foi traduzido no Brasil. Esse livro foi lançado em 1977, na França. A versão que eu trabalhei é de 1985, se não me engano, a versão americana. Ela ainda é super válida e ele fala da música ritual, da representação e repetição. Cara, essa descrição que ele fez em 1977 é a cara do momento, da primeira década do século XXI. Que é o seguinte: a música perdendo esse corpo, solta da coisa do álbum e tudo mais. E pra mim, de certa forma, eu vejo como uma volta do ritual. Não é só a coisa do cara tocando. É por causa da celebração, da comunidade, tem um sentido de identidade do grupo que vai àquele *show*.

Você trabalha como produtor também. Como é isso?

Atualmente não tenho trabalhado. Já fiz alguns trabalhos de produção musical e é interessante pra ver o outro lado da coisa. Já tinha passado nesse processo como artista e era artista contratado de uma gravadora multinacional, que era a CBS e hoje é a Sony BMG, uma das quatro maiores. Então é assim: comecei a trabalhar com artistas independentes, participei da criação de alguns selos de música, assim, vendo o outro lado da mesa de negociação, que é interessante pra você ver como se pensa nos dois lados. Como músico de banda de rock já vivi todos os preconceitos que normalmente a gente tem, do que é a gravadora, do que é o produtor, do que eles fazem. Aquela crença de que só tem bandido e você vai ver depois que não é exatamente assim. Tem mau caráter e bandido como tem em qualquer atividade humana, na política, na academia etc. Mas tem forças que impulsionam a coisa. Mas achei interessante pra você ver como funciona a cabeça do cara.

Por exemplo, se você der uma olhada no mercado da música do Brasil, você vai ver que tem pessoas com toda uma tradição de fazer música boa, de tocar

bem, de compor, e de repente ele entra como diretor em uma gravadora e ele tá lançando um disco com a música que você acha mais brega, mais fajuta, mais vagabunda do mundo. E aí gente pensa: como pode uma mudança dessa? Quando você entende como funciona a gravadora, como ela lida com as forças do mercado você entende melhor isso. E assim, uma das coisas do mercado é aquela de fazer mais do que já tá dando certo. O cara pode ser o cara mais bem intencionado, mas se ele não atende às metas ele vai perder o emprego e vão chamar outro que vai fazer aquilo ali.

Mas essa força do mercado vai também de uma coisa cultural, que é o público. A questão é o seguinte: tem um público que tem interesse por certo tipo de produto e a indústria quer ganhar atendendo esse público.

Isso é legal porque em geral se tem uma visão maniqueísta da indústria, que ela impõe, determina o consumo e tal. Talvez hoje isso seja menos verdade do que nunca, mas não quer dizer que ela não influencie. Então, como funciona esse jogo?

A primeira coisa é o seguinte: a indústria tem muito menos poder de manipulação do que as pessoas imaginam. Ela tem um poder de manipulação sim, no sentido que conseguir criar um artista-produto, vamos dizer assim, lançar, promover e divulgar na maior parte dos meios de comunicação, investindo uma quantidade absurda de dinheiro. Isso ela faz sim. Agora, o grau de retorno disso aí, eu te digo que é muito menor do que parece como acha quem vê de fora. Eu lembro que eu vi uma palestra com o André Midani, que lançou e contratou artistas importantíssimos no Brasil dirigindo a Polygram, e ele disse: “Eu queria ter esse poder que vocês dizem que a gente tem”. Quer dizer, tem poder sim, mas se não tiver uma base público que tenha interesse naquilo ali ou que tenha predisposição praquela produto não adianta. O cara pode botar todo o dinheiro do mundo que ele tenha e ele vai jogar fora.

Por outro lado, a forma como eu vejo a indústria fonográfica, eu acho que ele tem um poder muito grande de catalisar os movimentos que estão acontecendo.

Vou te dar um exemplo de um tipo de música que eu detesto: Axé Music. É um dos poucos estilos que eu realmente não gosto. Eu estive na Bahia em 1986.

Cara, isso que veio estourar na década de 1990 já existia por lá. Claro que não da forma como veio depois. Mas você via que tinha alguma coisa ali. O que aconteceu: os caras se organizaram, divulgavam o que faziam, a coisa se espalhou e dominou o mercado da música por um bom tempo. Talvez mais nos *shows* do que no campo fonográfico.

Da mesma forma aqui em Brasília, eu vivi isso aqui! A gente não tava fazendo rock pensando em gravadora, era coisa que surgiu na cidade. Brasília era uma cidade completamente diferente, não tinha muitas opções, tudo era muito isolado. As bandas eram um elemento de ligação entre as pessoas, em torno das bandas se formam, com o perdão do termo batido, comunidades mesmo.

Daí, a partir disso que tava acontecendo, surgiu o interesse das gravadoras e por isso tem bandas que até hoje estão estabelecidas. Mas ninguém veio aqui dizer pra gente montar uma banda. A indústria caça o que tá acontecendo e catalisa, mas a origem tá no próprio público.

Também hoje tem um fator interessante que parece ser o cara que conquista um público sozinho utilizando as redes sociais na *internet*. E como já tem um público estabelecido, se existir interesse da indústria parece que tudo vai ser mais simples. Você acha que isso é interessante pros dois lados?

Hoje me parece que esse sucesso, com o cuidado da palavra, ele é mais uma agulha no palheiro e é algo indireto. Na indústria tradicional o ganho se dava basicamente por meio da venda dos discos, mas hoje a gente pode ganhar de outras formas. Tem empresas que ganham dinheiro com *twitter*. Eu tava ouvindo um audiolivro recentemente sobre uma menina que colocava as fotos dela na *internet*, muita gente acessou, foi viral mesmo e uma agência se interessou e contratou ela pra uma campanha publicitária. Bem, isso é sucesso. Ela saiu do nada, furou a fila na frente de um monte de menina que tinha o mesmo objetivo e talvez há mais tempo, mas é aquela coisa: é uma agulha no palheiro, isso não acontece o tempo todo.

Quantos vídeos existem no *youtube* e quantos fazem sucesso? Eu diria até que a taxa de tentativa e sucesso é muito menor do que na época da indústria tradicional, vamos dizer assim.

Então parece que todo mundo pode, mas não é bem assim.

Uma vez me perguntaram assim: “Você escreveu um livro sobre fita demo e sobre cd demo. Você acha que o cd demo ainda vale?”. Olha, eu acho que vale. Mas o negócio é que com a *internet* você tem a oportunidade de mandar a sua demo para dois bilhões de pessoas, que é mais ou menos o número de pessoas que usam a *internet*. Só que essa possibilidade é pra todo mundo e os canais do mercado continuam com a mesma capacidade de processamento ou menor. Aí o negócio fica meio sem centro. Eu acho que tem grupos de pessoas que estão vivenciando uma certa experiência cultural de música intensamente, enquanto na minha juventude a gente não tinha um disco lançado pelos Beatles que fosse fácil de encontrar às vezes. Hoje eu tenho certeza que tem grupos que fazem todo o processo pra artistas que talvez a gente vá ouvir falar. Embora ainda existam artistas – e muitos – que ainda atuam dessa maneira que se vinha fazendo durante a maior parte do século XX. Pode ter certeza.

Pois é, a *internet* é pra todo mundo. Mas não se destaca mais o cara que tá no esquema antigo?

No fundo é um pouco isso. O cara é totalmente independente, mas se aparecer um cara com dinheiro pra investir na carreira dele ele vai adorar. Eu concordo um pouco com isso.

É... tem uma fase inicial da vida musical que é muito prazerosa. Você começa a tocar sem compromisso, tem afinidade com um grupo de pessoas. O pessoal vai ao *show* porque gosta de ti pessoalmente etc. Até onde eu conheço essa história – e eu vejo isso há muito tempo – chega uma hora que a pessoa vai tomar uma decisão. Ou você vai se lançar de cabeça naquela carreira ou vai parar ou vai ficar na coisa intermediária. Músico de final de semana, faz uma gravação em casa, mostra pros amigos, coloca no *MySpace* e tal... Eu acho que esse momento de decisão é inevitável. Não vi ninguém que não tenha tido que parar pra decidir o que ia fazer na vida. Então, assim, esse negócio da carreira musical é que tá muito em xeque até porque existia uma época em que os artistas acreditavam que podiam viver só de gravar e lançar. Quando surgiu a indústria do videoclipe com a *MTV* na década de 1980 as pessoas achavam que não iam fazer *show* nunca mais, ia ficar só no vídeo mesmo e tal. Mas veio

essa coisa da *internet* que desestruturou a indústria como ela era e a perspectiva do artista hoje é fazer *show* até os 80 anos, até quando ele morrer, né?

E o mais curioso que eu acho é que tem muitos artistas fazendo *show* no mundo inteiro e o cara não tem mais aquele *show*. Tu já reparou isso assim? Pô, tem uns caras assim que vão ficando velhos e a voz vai embora, o cara não tem mais energia pra cantar duas horas seguidas... mas agora tem que ser assim.

Como você vê a questão da abertura da tecnologia e a relação que a gente tem com a qualidade do produto? Porque isso não parece ser um argumento pra todo mundo mais. Nem todo mundo quer um cd que tenha uma determinada qualidade ou tá preocupado com a arte do cd etc. No lançamento do último cd do Radiohead na versão digital você podia comprar o *mp3* ou o *wav*, sendo que este último é cinco dólares mais caro. Então tem gente que de certa forma se importa com isso. Eu comprei o disco físico e quando você compra pelo *site* você recebe imediatamente o *download* digital. Então, quando chegou o cd físico eu não coloquei no som pra ouvir, eu escuto o *mp3*. Então, por que mesmo que a gente compra isso, eu fiquei me perguntando?

A primeira coisa que eu vejo é o seguinte. Tem uma coisa positiva. A gente tá vivendo uma época hoje em que o consumidor tem mais opção e eu acho que isso é bom, porque ao mesmo tempo em que se estabeleceu um padrão que é o *mp3* e que ele bem inferior ao padrão anterior, que é o cd, em termos de qualidade, e isso é inegável. Mas a gente tem, por exemplo, o dvd áudio que não tem muitos lançamentos, mas quando tem é um negócio assim!... É praquela cara que tem um *home theater* bom mesmo e tal. Eu acho interessante que a gente tá no meio das duas coisas. Mas a gente vai ter que reconhecer que o *mp3* é muito mais dominante do que o dvd áudio. Quer dizer, mas de 90% dos consumidores não tá nem aí por dvd áudio, por *wav* etc. Eu, sinceramente, até eu que trabalho com áudio, eu acho meio uma babaquice o cara que vende o *wav*. Quer dizer se é pra baixar pela *internet* fica um arquivo gigante, não é prático.

Outro dia saiu uma matéria no *The New York Times* de uns caras que montaram um *home theater* gigante com caixas potentes e um suporte pra colocar um *ipod*. Daí os caras ligaram o *ipod* que toca o formato aac ou *mp3* e eles ficaram assim: “pô, cadê o som? Não sai o som direito...”

Mas por que o cara não coloca um cd pra tocar? Se ele quer qualidade o lance é o cd. O *mp3* é bom porque ele é compacto, dá pra carregar muita coisa. Então, por que o *mp3* é tão predominante? Porque tem uma qualidade razoável e porque a maioria não se importa com isso. Se você vai ouvir um cd ou *mp3* em uma caixa de computador, não faz diferença. Num som razoável alguns percebem a diferença e outros não. Você só vai sentir a diferença em um sistema de monitoração ideal.

Mas voltando à questão do Radiohead, você acha que o que eles fizeram serve de modelo para os novos artistas?

O negócio do Radiohead foi uma coisa que me interessou, tanto que eu escrevi um artigo que depois incorporei na dissertação. Ali foi um golpe de mestre, em duplo sentido mesmo. Até o Thom Yorke fala que foi uma “jogada”. Ele fala que se deram bem mesmo. O que eles fizeram, qual foi a motivação? Eles na verdade queriam renovar o contrato com a gravadora, mas eles queriam 10 milhões de libras de adiantamento e a EMI tinha acabado de ser vendida pra um grupo de investidores que tavam cortando custos. Eles eram os artistas principais de rock da gravadora, mas por esse preço eles pensaram: “aí não dá!”. Então não fecharam o negócio. E o que eles conseguiram? Lançaram o disco, conseguiram mídia gratuita no mundo inteiro e sucesso de público e de crítica. Eu sou fã da banda desde o começo, mas não acho o *In Rainbows* um disco genial, acho razoável. Mas da caixa que custava 40 libras, venderam cem mil, venderam milhões de cds e venderam milhões de *downloads* “pague o quanto quiser” e ainda passaram a imagem de uma banda desapegada do dinheiro, como se o negócio deles fosse só beneficiar os fãs etc. E eles devem morrer de rir porque não acho que são desapegados não. Eles estão no jogo. Mas o que é legal é que eles conseguiram inverter o processo.

Um dos principais problemas da indústria fonográfica tradicional era quando os caras queriam, os chefões, queriam dizer como o músico devia fazer o trabalho

dele. O que ele devia gravar, qual o repertório, com qual produtor, com que cara etc. E isso é ruim, não tem a menor dúvida que muita gente se deu mal por isso. Por outro lado teve coisa que deu certo comercialmente naquele momento, mas acabou com a carreira do artista, porque a indústria acaba tirando a base de público que ele tinha antes e ele não conquista uma nova.

E o Radiohead conseguiu muito com a história do “pague o quanto quiser”. Embora mais da metade não tenha pago nada, com os que pagaram eles conseguiram se capitalizar e inverteram tudo. Eles contrataram um selo pra fazer o cd, colocar no mercado, vender e distribuir. Então, foi uma jogada de mestre. Agora, a conclusão que eu cheguei é que provavelmente isso não é um modelo de negócio.

Pois é, isso algo que me incomoda também. Por que pode parecer pra muitos músicos que estão iniciando e que usam *internet*, que todos podem se manter sozinhos, usando a própria mídia. Mas isso é viável?

Exato. O próprio Thom Yorke falou algo assim, que eles só conseguiram fazer aquilo porque eles eram o Radiohead já há muito tempo. Quer dizer, é a maior banda de rock da atualidade, com quinze anos de contrato com gravadora multinacional. Teve todo um trabalho de criação da imagem, da base de público da banda, já tinham excursionado pelo mundo todo, apesar de não ser completamente comercial, de não ser orientada pelo comércio.

Então, não é qualquer um que vai se lançar no “pague o quanto quiser” e vai se dar bem. Tanto que o próprio Radiohead não tá repetindo a coisa. Então eu vejo como estratégia de marketing muito bem feita e muito bem sucedida, mas eu não vejo como um modelo de negócio. Pode até ser que dê pra um ou pra outro, talvez praquele que pense mesmo em ter renda só com *show*, mas é difícil. Eu acho que os artistas “cirque du soleil”, mais performáticos, se dão melhor nesse esquema do que um artista mais intimista, mais focado na composição, que depende mais da venda de produtos. São economias diferentes.

Mas já tinham algumas bandas investindo em propostas diferentes na *internet*, como o Nine Inch Nails, não é isso?

O caso do *Nine Inch Nails* é que eles queriam ser os lançadores da ideia, mas o Radiohead fez antes. O Trent Reznor (líder da banda) produziu um vídeo de um rapper. Chama... não lembro o nome do cara... não é ninguém conhecido. Ele fez um negócio diferente. Ele lançou *download* gratuito de baixa resolução e o produto *premium* era de outra qualidade só que a porcentagem de pessoas que pagaram foi muito menor. Se o cara já tem o *mp3*, ouve no carro, *ipod*, *mp3 player*, no computador, faz quantas cópias quiser... pra que ele vai pagar de novo por algo que ele já tem e já o satisfaz?

O Trent ficou puto, falou um monte de besteira e depois disse que não tinha falado. Tem um cara que cobre música e tecnologia num canal de *internet*, “Greg alguma coisa”, e cobre muita notícia dessas coisas e publica. Ele entrevistou o Trent, que negou tudo que falou. O cara botou a gravação do cara mostrando que ele falou. Ficou mega chato.

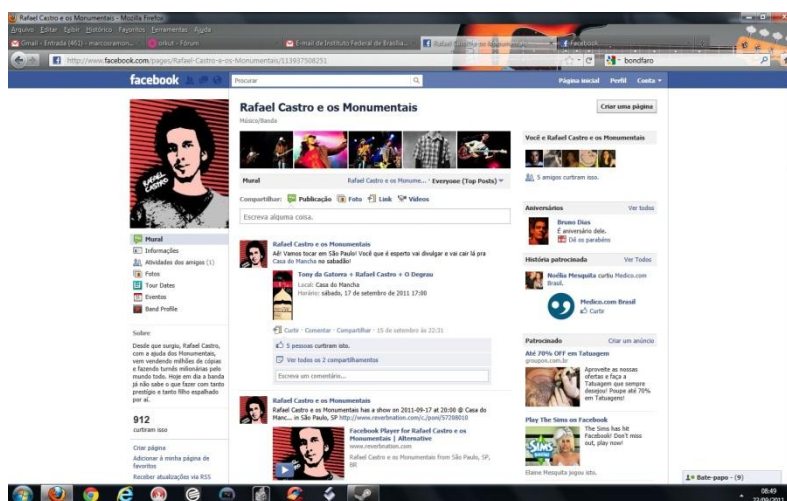
Ele falou que o Radiohead não tinha sido muito sincero. E eu até concordo com a crítica porque os números do Radiohead são fechados. São eles que determinam. O que vazou de número foi pela editora, porque também eles fizeram um esquema independente, mas eles mantiveram contrato com a editora. A editora deve ter dado uma grana pra eles... mas eu não sei porque eles não revelam os números. É uma especulação, mas é uma especulação bastante razoável porque não fecharam com uma gravadora multinacional, mas fecharam com uma editora multinacional sendo que o trabalho era independente... então pra mim ficou meio confuso.

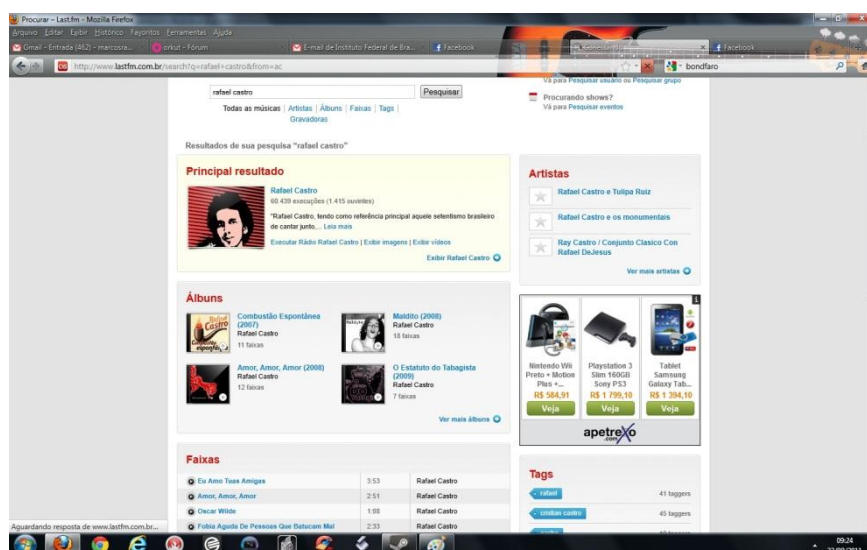
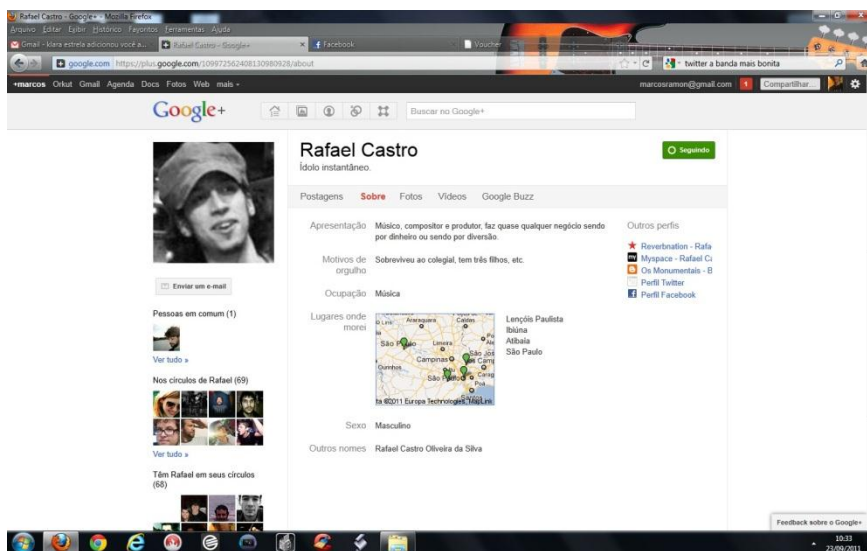
Mas voltando pro Trent, quando ele lançou um disco do *Nine Inch Nails*, ele usou um modelo que era praticamente o mesmo do Radiohead, mas eu ainda não investiguei. Mas parece que ele conseguiu bastante retorno. Lembrando que o *Nine Inch Nails* é uma banda da geração *MTV*, com gravadora multinacional naqueles anos todos de carreira ali e naquele momento quando ele passa pra independente o cara já tem uma base, o cara tem até dinheiro pra poder investir. O Radiohead, por exemplo, tem um puta estúdio. E cai naquela coisa do começo sobre meios de produção. Realmente é possível você comprar um *Macbook*, *pro*, uma placa, microfone e gravar o trabalho todo ali. Com habilidade, claro. Fazer um negócio que toca no mundo inteiro. Guardadas algumas limitações, mas dá pra fazer. Mas os caras têm um estúdio

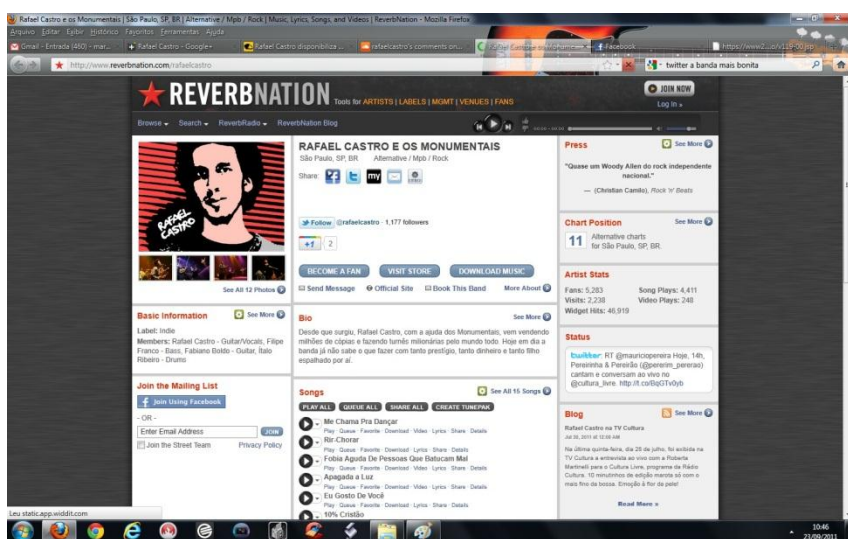
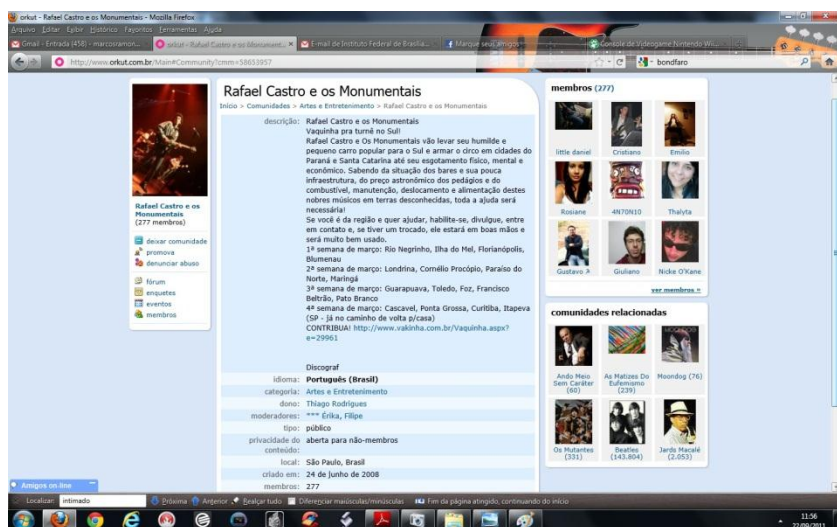
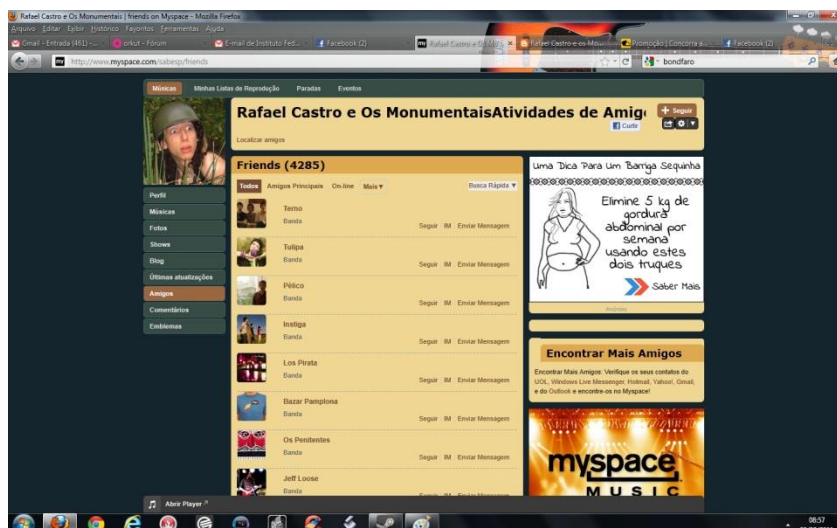
bom pra cacete e juntaram essa grana toda fazendo a carreira profissional. A partir daquela base toda fica mais fácil do cara alcançar os objetivos. O que fez a campanha nacional do Radiohead? Uma das maiores bandas do mundo e você paga o quanto quiser. Cara, isso é mídia gratuita, espontânea, no mundo inteiro. Quanto é que custa pro cara? Eles apareceram no tele noticiário. Em todos os programas que falavam de música. Então esse assunto gera uma reação grande...

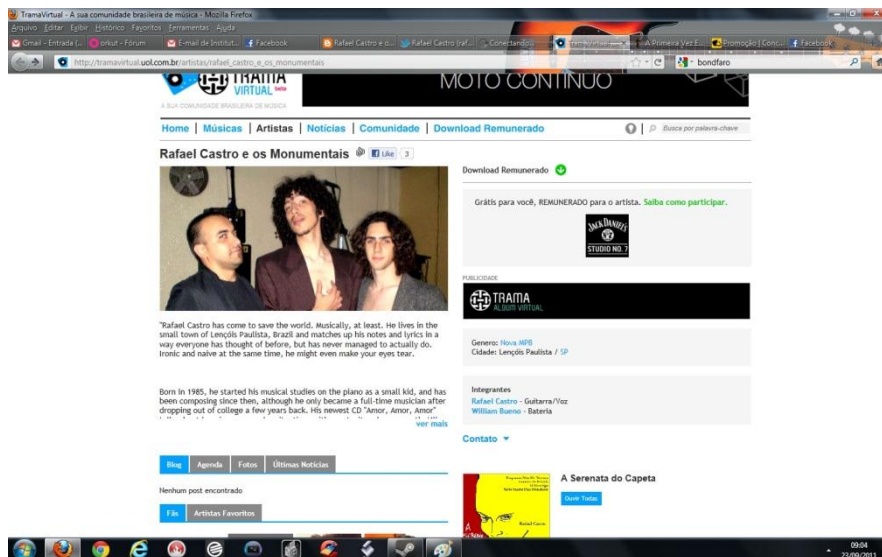
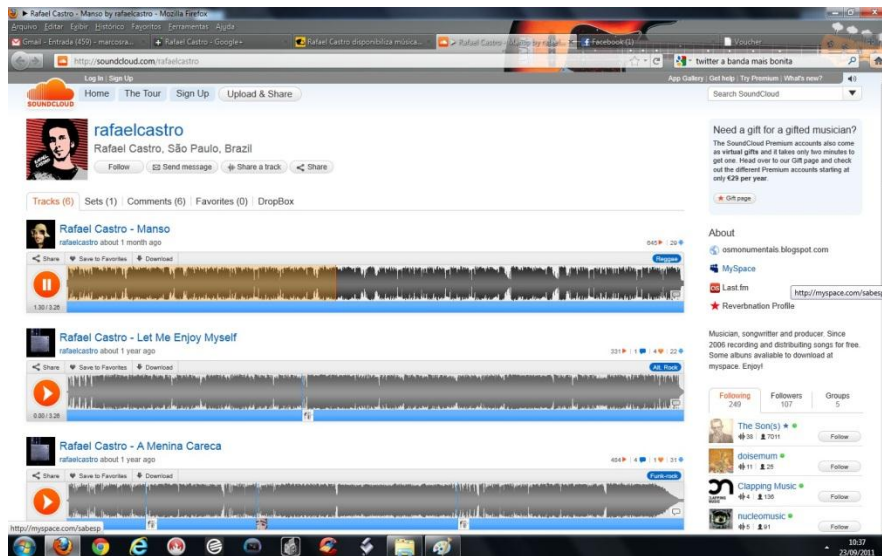
ANEXOS – Printscreens de páginas da Internet

ANEXO A – Rafael Castro nas Redes Sociais

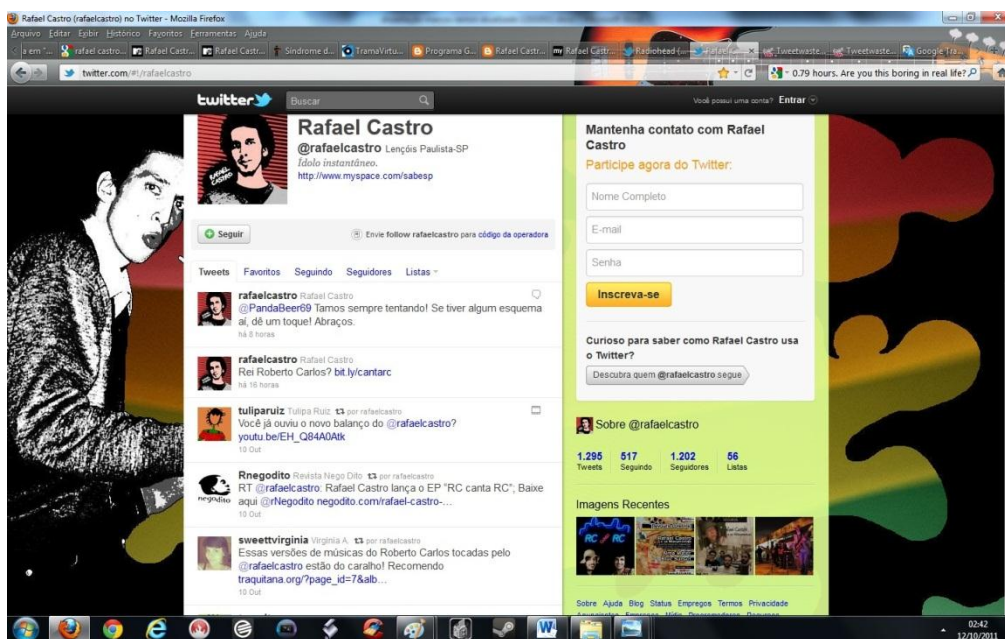








ANEXO B – Perfil no *Twitter* do Radiohead e de Rafael Castro



ANEXO C – Dados Estatísticos do *Twitter* do Radiohead e de Rafael Castro através do site Tweetwasters

