

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

BÁRBARA HÉLLEN MENEZES FRAGA

**SOUNDSYSTEM DE BITS:
BAIANASYSTEM, TECNOMEDIAÇÕES E A MUDIATIZAÇÃO DA PRODUÇÃO
AUDIOVISUAL DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA CONTEMPORÂNEA.**

JOÃO PESSOA
2020

BÁRBARA HÉLLEN MENEZES FRAGA

**SOUNDSYSTEM DE BITS:
BAIANASYSTEM, TECNOMEDIAÇÕES E A MIDIATIZAÇÃO DA PRODUÇÃO
AUDIOVISUAL DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA CONTEMPORÂNEA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Mestre, sob a orientação da Prof. Dra. Isabella Chianca Bessa Ribeiro do Valle.

Linha De Pesquisa: Culturas Midiáticas Audiovisuais

JOÃO PESSOA
2020

Catálogo na publicação
Seção de Catálogo e Classificação

F811s Fraga, Bárbara Hellen Menezes.

Soundssystem de Bits : BaianaSystem, tecnomedicações e a
mediatização da produção audiovisual da indústria
fonográfica contemporânea / Bárbara Hellen Menezes
Fraga. - João Pessoa, 2020.

152 f. : il.

Orientação: Isabella Chianca Bessa Ribeiro do Valle.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Mediatização. 2. Tecnomedicações. 3. Indústria
fonográfica. 4. Produção audiovisual. 5. BaianaSystem.
I. Valle, Isabella Chianca Bessa Ribeiro do. II. Título.

UFPB/BC

CDU 316.774 (043)

BÁRBARA HÉLLEN MENEZES FRAGA

**SOUNDSYSTEM DE BITS:
BAIANASYSTEM, TECNOMEDIAÇÕES E A MIDIATIZAÇÃO DA PRODUÇÃO
AUDIOVISUAL DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA CONTEMPORÂNEA.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba, na linha de Culturas Midiáticas Audiovisuais, como requisito para a obtenção do título de Mestre, sob a orientação da Prof. Dra. Isabella Chianca Bessa Ribeiro do Valle.

Apresentada em: 18 de Fevereiro de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª Dra. Isabella Chianca Bessa Ribeiro do Valle/ UFPB
(Orientadora)

Prof^ª Dr. Alan Mangabeira Mascarenhas/ UFPB
(Examinador Externo)

Prof^ª Dr. Bruno Pedrosa Nogueira/ UFPE
(Examinador Externo)

À minha vovó Zuíla e ao meu vovô Zé (*in memoriam*), por acreditarem no poder da educação para mudar a história de toda uma família.

AGRADECIMENTOS

Esse é mais um desses momentos em que por vezes a pesquisa foi a minha companhia. Por ser um tanto prolixa com a fala, muitas vezes escrever foi um dos meus mecanismos de me fazer ser compreendida, outros tantos apenas alento. De toda forma, me parece que aqui é onde eu devo pretensiosamente elencar um tanto de agradecimentos, a fim de listar àqueles que não soltaram da minha mão nesses dois anos tortuosos. Quando digo isso, não necessariamente me refiro às dificuldades de coletas de dados ou teorias em si. Digo isso porque pesquisar em tempos sombrios como os que enfrentamos atualmente, é um ato de sobrevivência para além de laudas acadêmicas. Foi desafiador colocar continuamente a cabeça no lugar e lembrar da minha responsabilidade social enquanto pesquisadora de uma universidade pública no Brasil. Mesmo que muitas coisas tenham ficado pelo caminho, entrego essa pesquisa, a qual prefiro me referir como diálogo, com o maior apreço do mundo. Para chegar até aqui, tive um tanto de mãos que me seguraram pelo caminho e por isso gostaria de agradecer por elas.

Eu venho de uma família paterna na qual meus avós só estudaram até a segunda série do ensino fundamental. Mesmo em meio às dificuldades de uma vida difícil numa pequena cidade de interior, Seu Zé Gomes ao ser aconselhado a dar enxadas para os filhos trabalharem, preferiu dar o melhor que tinha para fazê-los frequentar a escola. Na época, a mochila era a sacola de pão da padaria do Seu Antônio Fraga e a borracha era a tampa do tubo de penicilina do posto da cidade. Enquanto isso, minha Vó Zuíla remendava as fardas velhas para que os doze filhos não deixassem de ir arrumadinhos para o *Escolas Reunidas de Guaramiranga*. Na volta, os aguardava sempre com a mesa posta, nem sempre cheia, mas repleta de afeto e cuidado.

Cresci ouvindo dos meus pais que a única herança que eles deixariam para mim não seriam terras, imóveis ou bens materiais, mas sim o caráter e a educação. Podia não ter dinheiro para o parquinho, mas as moedas que sobravam iam para o lanche da escola. O guarda-roupa era de cano pvc, mas a minha farda pendurada estava sempre limpa e cheirosa. Podia não ter transporte escolar, mas tinha minha mãe me levando pela mão, com uma sombrinha para me proteger do sol por todo o caminho da escola. Cartolina era artigo de luxo, mas painho pegava as pastas de papelão que sobravam do trabalho e me ajudava a fazer meu cartaz do seminário. O pote de manteiga virava depósito de jogo da memória das capitais do País. Entre tantos tratamentos de saúde, nunca faltaram resumos de capítulos feitos pela minha mãe para que eu pudesse revisar as matérias da prova nas voltas do hospital. Há uma década resolvi sair de casa para “enfrentar o mundo” e não tenha um dia que eu não tenha sentido falta dessas mãos. Do

mesmo jeito, não houve um dia em que eles não estivessem sempre comigo, nem que fosse só por telefone. Sem eles, eu jamais teria chegado até aqui.

O mesmo beijo doce que eu ganhava da minha avó em todas as vezes em que me dava “a bença”, eu recebo a cada novo encontro com meu pai. Seu José de Anchieta é daqueles de poucas palavras, em meio a uma enorme timidez. Tem um olhar que te compreende sem precisar falar nada e que te abraça com afago com um simples boa noite dado por telefone todos os dias. Painho tem a pureza de quem cuida, mas sabe perfeitamente dialogar e respeitar cada mínima diferença. Entre um gole e outro de cervejinha, tecemos muitas das nossas conversas, nem sempre unânimes, mas sempre dialógicas e respeitosas, enquanto mainha olhava e ria das nossas implicâncias. Como bom infante, me ensinou o valor de a cada dia levantar, lutar e não desistir, mesmo em batalhas aparentemente perdidas. Vestiu farda todos esses anos, mas no seu “uniforme” a maior de todas as medalhas sempre foi o mesmo coração bondoso da Vó Zuíla. Coração de quem sempre colocou os filhos em primeiro lugar e devido a isso inúmeras vezes se absteve dos próprios sonhos para poder realizar os nossos. Obrigada por me oferecer todos os dias as suas melhores heranças: O coração puro e bondoso da vó Zuíla, o cuidado e a fé na educação herdados do vovô Zé. O melhor pai e amigo que eu poderia ter.

Quando eu nasci, por erro médico só pude conhecer o colo da minha mãe três meses depois de vida. Já nasci com saudade e essa teima em perdurar. Do beijo na cabeça perfumada de seda graúna, do cheiro pela casa de banho tomado e batom passado. Do colo que me carregou e carrega sempre, do jeito que sabe, mesmo quando eu acho que não caibo mais. Dos finais de tarde na varanda nos tempos difíceis em São Luís, do beijo que me benzia ao sair e do colo que eu recebia ao chegar. Esse chegar se tornou mais raro na última década, mas não a proteção e o amor que me guiaram onde quer que eu estivesse. Dona Sandra Helena, teu amor esteve sempre aqui, guardado no peito e esperando o próximo fim de tarde que “já já chega”. A tua menina das tardes de adedonha, sentada na varanda da casa no Cohatrac ou do quartinho no quintal da 13 de maio, tá sempre aqui, agradecendo pela verdadeira mão que sempre me conduziu e que não me soltou nunca. Quanto maior for a falta da companhia física, mas forte continuará sendo esse amor. Obrigada por tudo minha fulô!

Larinha, quando você nasceu surgiu um outro pedaço do meu coração solto pelo mundo, ainda assim é e cada vez mais vai ser. O que cabia nos braços, cresceu tanto que quase não cabe no peito. Baby, muito obrigada por me fazer tanta companhia nessa reta final, deixando meus dias mais leves e por poder ver você crescer irmã, mesmo que de longe. Que o vento continue a levar o meu amor de sempre. Meus braços continuarão sempre aqui!

Na reta final dessa escrita, ao escrever esses agradecimentos me lembrei da guria que vocês deixaram no aeroporto de PoA, com a Lara no colo e com uma enorme coragem de pais que protegem, mas sobretudo acreditam e apoiam os sonhos das suas crias. Obrigada por sempre me apoiarem e SEMPRE cuidarem de mim, mesmo que na última década tenha sido a milhares de quilômetros de distância. Obrigada por me salvarem todos os dias e por serem sempre os melhores pra mim que vocês conseguem ser! Como diz Siba, “Teu sorriso indo e vindo num balanço. Sem voltar pra vocês eu não descanso, minha casa é vocês e eu já sabia.”

Nesse ciclo de saudade e distância da presença física, muitas pessoas passaram a ter uma importância imensa no meu cotidiano e acalmaram o meu coração. Vilém Flusser dizia que ao vivermos, sobretudo ao migrarmos, tecíamos nossos próprios fios em conjunto com outras pessoas e é por esses vínculos que somos responsáveis. Por isso, gostaria de agradecer imensamente à Karlinha, Zé, Milla, Adalba, Miguel e Rafa por terem me acolhido e sido uma família para mim nos últimos seis anos e meio. Em um dos países que mais matam LGBT’s no mundo, encontrar uma família que entenda que amor é apenas amor, é um afago nesse mundo vão. Agradeço por todos os conselhos, pelo cuidado, por todas as datas festivas, mas principalmente por me deixarem verdadeiramente pertencer à família Rodrigues de Andrade Silva.

Por falar em amor, Gilberto dizia que tal sentimento era como um grão e de fato, muitas vezes, nos parece que tem que morrer pra germinar. Se ele tem razão, nem sei. Só sei que nesse rolê em caminhaduras poder segurar na mão de Jéssica em vários ciclos que me trouxeram até aqui foi essencial. Passamos por Arruda, pelo copo de plástico, pela porta quebrada, por Lucas, pela depressão. Me lembro que diversas vezes perdemos o fôlego pelo caminho. Teve muita luta, seja pra conquistar, seja pra continuar sobrevivendo. Obrigada por me fazer levantar a cabeça depois da primeira tentativa e erro e me ajudado a sonhar, lá em Arruda, de que ia dar certo, de que Mina “ia morar na praia”. A vida muitas vezes bate, mas ela proporciona dias de redenção. Nos dias difíceis e nos próximos que por ventura vierem, seria massa poder continuar caminhando, segurando na tua mão e sonhando com o “Mille azul” e todos os nossos sonhos individuais e coletivos. Que continue sendo assim, nem sempre fácil, mas sempre caminhando juntas. Obrigada por nos dias difíceis ter me deixado olhar para esses teus olhinhos de aurora da manhã.

Quero agradecer também a um serzinho que nem vai ler isso aqui, mas que estava presente em todas as madrugadas de escrita, seja deitada nos meus pés, ou com a cabeça na minha barriga nas crises de ansiedade. Mina, obrigada por ser meu anjo da guarda de quatro patas.

Aos meus colegas de jornada da turma 2018 e demais adquiridos ao longo desse caminho trilhado no PPGC/UFPB, que me fizeram compreender que o companheirismo e o valor de mãos estendidas não se medem por números de laudas produzidas ou aceites em *Qualis* altos. Ao entendermos nosso papel social, devemos agir de acordo com a responsabilidade necessária que cabe a um pesquisador, mas sem perdermos a empatia e o respeito às lutas e histórias particulares de cada um, pois a vida transcende os muros das universidades.

Aos amigos da vida, em especial a Thaynara Negreiros por estar comigo desde à graduação, dividindo desde lá boa parte das minhas válvulas de escape. Pelas cervejas no posto, pela risadagem e pelos rolês compartilhados dessa vida!

À professora Nadja Carvalho por ter guiado meus primeiros passos no início do mestrado. Gratidão também à minha orientadora Isabella do Valle, por ter me acolhido no meio de um percurso turvo e ter me conduzido até aqui, me proporcionando novas redes de afeto, pesquisa e carinho.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento da pesquisa e ao Programa de Pós-Graduação de Comunicação e Culturas Midiáticas (PPGC-UFPB) por contemplar a discussão proposta.

Aos professores Alan Mangabeira, Filipe Barros e Bruno Nogueira pela gentileza de tecerem tantas considerações relevantes que ajustaram o leme dessa pesquisa ao avaliarem o trabalho apresentado.

Ao BaianaSystem por me propiciar continuamente tanto material de pesquisa empírica e por fazerem dois discos incríveis que foram minhas melhores companhias nesse percurso.

Cada ciclo é um leão por dia, alguns só a gente consegue enxergar, outros deles nem existem, mas os criamos. Nesse processo muitas coisas se perderam, mas outras vão chegando. Apesar de nem sempre forte, aprendi que a rocha de cá pode tentar ser firme, mas sendo muito mais leve, entendendo que nem sempre precisamos ter essa força toda. Passamos a entender que não controlamos nada e compreender isso tiro um peso enorme das nossas costas. Faz também valorizarmos cada passo que conseguimos dar, mesmo nos dias em que esses foram de formiga. É só uma questão de perspectiva.

Em todos eles meus maiores confortos sempre surgiram da música. Por isso, agradeço a todos os artistas musicais que passaram pelos meus ouvidos por horas e acalentaram meu coração. Por fim, lembrando de alguns dos vários que ouvi: Di Melo, Baiana e Belchior sempre me fizeram acreditar, porque afinal de contas, a gente só tem que entender que “a vida tem seus métodos, vá com calma que você vai chegar. Nada vai passar por cima de quem corre atrás.” Entrei no mestrado cantando *Sujeito de sorte* de Belchior, “ano passado eu morri mas esse ano

eu não morro” e termino aqui escutando os conselhos de Elza e Baiana, pois vou seguir cantarolando, traçando vários planos para poder continuar contra-atacando. Como diz Elza, “Eu não vou sucumbir”!

A Deus.

E sim, eu gosto de escrever.

*“Resistência, resistência
Força, sabedoria, inteligência, coletividade
Serenidade em tempos de tempestade
Liberdade sempre
Salve”*

Salve, BaianaSystem, 2019.

RESUMO

A partir da observação das tecnomediações, termo definido por Sodré (2006), propomos desenvolver reflexões que inter-relacionam a midiatização ao cenário musical contemporâneo, observando como as produções da indústria fonográfica vêm se transformando a partir das perspectivas que surgem com esse fenômeno comunicacional. A partir da compreensão da necessidade do componente social interacional, delimitado por Braga (2012), buscamos perceber através das possibilidades propiciadas pelas novas mídias e suas ferramentas como as aplicabilidades podem ir além do conceito de programação de Flusser (2008), reconfigurando as práticas dessa indústria. Em relação ao que concerne à abordagem metodológica, utilizamos a pesquisa qualitativa, de cunho exploratório, tendo como objeto de análise predominante a produção audiovisual do grupo musical BaianaSystem, situada nas redes sociais *online* da banda, plataformas *online* e suas zonas limítrofes. Utilizamos como ferramenta de análise principal a midiatização, pois a consideramos como uma das que mais incide sobre as alterações de mediação pertinentes a esse mercado, bem como nas transformações e quebras dos diversos conceitos que foram contemplados nesta dissertação. Atreladas a esse fenômeno comunicacional, percebemos como a remediação, delimitada por Bolter e Grusin (2000) e a remixabilidade, conceituada por Manovich (2005) impulsionam a criação de concepções midiatizadas dessa indústria. Em consonância, utilizamos a filosofia da fotografia como metodologia paralela para orientar o nosso olhar no sentido de como interpretamos os aparelhos, as programações, os programas e a figura do realizador, denominado originalmente por Vilém Flusser como fotógrafo. A partir do conceito de imagem-música de Silva (2006), percebemos como as configurações contemporâneas na era da metástase imagética, incrustada sobretudo nas redes sociais e plataformas *online*, fomentam um grau maior de dialogismo entre o paradigma visual e sonoro. O uso dos recursos audiovisuais passa a ser evidenciado como elemento indissociável das produções musicais, passando a ser utilizado amplamente nos produtos midiáticos do cenário atual e fomentando a intensificação dos diálogos possíveis entre a imagem e a música que constituem e conceituam o que denominamos como *Soundsystem de Bits*.

Palavras-chave: Midiatização. Tecnomediações. Indústria Fonográfica. Produção audiovisual. BaianaSystem.

ABSTRACT

Based on the observation of technomediations, a term defined by Sodré (2006), we propose to develop reflections that interrelate mediatization to the contemporary music scene, observing how the productions of the phonographic industry have been transformed from the perspectives that arise with this communicational phenomenon. From the understanding of the need for the interactional social component, delimited by Braga (2012), we seek to perceive through the possibilities provided by the new media and their tools, how the applicability can go beyond the concept of programming propoused by Flusser (2008), reconfiguring the practices of that industry. Regarding to the methodological approach, we used qualitative research, of an exploratory nature, having as main object of analysis the audiovisual production of the musical group BaianaSystem, located in the online social networks of the band, online platforms and its bordering areas. We use as a main analysis tool the mediatization, because we consider it as one of the main of the ones that most affects the mediation changes pertinent to this market, as well as the transformations and breaks of the various concepts that were contemplated in this dissertation. Linked to this communicational phenomenon, we perceive how remediation, defined by Bolter and Grusin (2000) and remixability, conceptualized by Manovich (2005) drive the creation of mediatized conceptions of this industry. Accordingly, we use the philosophy of photography as a parallel methodology, to guide our gaze in the sense of how we interpret the apparatus, the programming, the programs and the figure of the director, originally named by Vilém Flusser as a photographer. Based on the concept of image-music by Silva (2006), we realized how contemporary configurations in the era of imagery metastasis, embedded mainly in social networks and online platforms, foster a greater degree of dialogism between the visual and sound paradigm. The use of audiovisual resources becomes evident as an inseparable element of musical productions, becoming widely used in media products in the current scenario and fostering the intensification of possible dialogues between image and music, which constitute and conceptualize what we call as Soundsystem of Bits.

Key-words: Midiatization. Technomediations. Phonographic Industry. Audiovisual Production. Baiana System.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Captura de tela da cobertura ao vivo do bloco Navio Pirata, no carnaval de 2019.....	34
Figura 02 - Tela, luz, corpos e música	37
Figura 03 - Gráfico de progressão dos formatos de distribuição.....	45
Figura 04 - Modelos de distribuição com diferentes níveis de controle por parte do artista.....	56
Figura 05 - Varal de Cabaré e o hit Mototáxi do Amor – captura da tela do vídeo online do G1 Paraíba.....	58
Figura 06 - Julian – Corpo vs Mente (Transrevolução) – captura de tela do canal do Youtube do artista.....	59
Figura 07 - Adaptação da identidade visual no Facebook.....	64
Figura 08 - Timeline de Capim Guiné	65
Figura 09 - Lançamento de Capim Guiné.....	65
Figura 10 - Vídeo curto de Capim Guiné.....	66
Figura 11 - BSapp.....	69
Figura 12 - Twitter no Bsapp.....	69
Figura 13 - BStickers.....	69
Figura 14 - Transmissão 360° no BSapp.....	69
Figura 15 - Palco do BaianaSystem em 2013.....	74
Figura 16 - Tecidos e projeções no palco do BaianaSystem.....	74
Figura 17 - Palco multi-telas do BaianaSystem em 2018.....	74
Figura 18 - Aplicação do filtro Sasha Dog.....	78
Figura 19 - Máscaras-careta BaianaSystem.....	80
Figura 20 - Arte gráfica de divulgação do <i>show</i> do BaianaSystem em Recife.....	81
Figura 21 - Alfazema, BaianaSystem e Nação Zumbi.....	81
Figura 22 - vídeo-manifesto #Elenão.....	82
Figura 23 - Filtro Abre o olho careta.....	83
Figura 24 - Punhos cerrados.....	84
Figura 25 - Máscara Sulamericano <i>Show</i>	84
Figura 26 - Capa do Lp Duas Cidades (2017).....	84
Figura 27 - Máscara Duas Cidades.....	84
Figura 28 - Entre o virtual e o real: máscaras virtuais em registro de <i>show</i>	85
Figura 29 - Seção dos destaques destinada aos filtros do BaianaSystem.....	85

Figura 30 - Me at the Zoo.....	86
Figura 31 - Da Calçada pro Lobato.....	87
Figura 32 - <i>Show 360°</i> do BaianaSystem.....	87
Figura 33 - Amor Pixelado, videoclipe de Céu.....	89
Figura 34 - Saturnz Barz (Spirit House) 360°, Gorillaz.....	89
Figura 35 - Baile Arapuça 360°.....	90
Figura 36 - BSLive 180° - Lourimbau 70.....	90
Figura 37 - Símbolo da Máquina de Louco.....	95
Figura 38 - Frame de Tempos Modernos, Charles Chaplin.....	95
Figura 39 - Filtro Cabeça de Papel.....	96
Figura 40- Cabeça de Papel remixado.....	96
Figura 41 - Mini-doc Anninha.....	97
Figura 42 - Frame do Mini-doc Anninha.....	97
Figura 43 - Frame do videoclipe Saci, BaianaSystem.....	98
Figura 44 - Private Idaho, Pato Fu, 2018.....	99
Figura 45 - Frame do Bluesman, Baco Exu do Blues.....	104
Figura 46 - Mini-documentários do processo de criação de O Futuro não demora (2019).....	105
Figura 47 - Mini-documentários do processo de criação de Duas Cidades (2016).....	106
Figura 48 - Gif da faixa Libertação (2019).....	108
Figura 49 - Vídeo da faixa Água, versão mobile do Spotify.....	109
Figura 50 - Vídeo da faixa Panela, versão mobile do Spotify.....	109
Figura 51 - Vídeo da faixa Cigano, versão mobile do Spotify.....	110
Figura 52 - Gif da faixa Genius (2019), versão mobile.....	111
Figura 53 - Gif da faixa Genius (2019), versão desktop.....	111
Figura 54 - Audiovisão do silêncio.....	116
Figura 55 - Audiovisão de Laranja Mecânica.....	116
Figura 56 - Personagens simbólicos de Invisível.....	117
Figura 57 - Play Som!.....	126
Figura 58 - A poesia do Navio Pirata.....	126
Figura 59 - Para além do Karaokê.....	129
Figura 60 - Coreografias de Écran.....	130
Figura 61 - As quatro paredes de Capim Guiné.....	131
Figura 62 - Moa do Katendê.....	131
Figura 63 - Remix de audiovisuais.....	131

Figura 64 - Painéis eletrônicos.....	132
Figura 65 - Tocando telas.....	133
Figura 66 - Imagem-música rítmica.....	135
Figura 67 - A construção do Efeito Kuleshov em Pulp Fiction.....	136
Figura 68 - Rodas de luz.....	137
Figura 69 - Imagem-música de Arapuca.....	139

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	19
2	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	28
3	PRELÚDIO.....	32
3.1	ANTROPOFAGIA BAIANA.....	32
3.2	FILOSOFIA PARA UMA MÚSICA DE CÂMERA.....	36
3.3	UM NOVO <i>ETHOS</i> PARA A MÚSICA: ENTRE DESTARTES E VERTIGENS	39
4	TECNOMEDIAÇÕES: A MUDIATIZAÇÃO ENQUANTO MEDIAÇÃO DO CENÁRIO MUSICAL CONTEMPORÂNEO.....	44
4.1	RETROVISOR: UM OLHAR SOBRE AS ALTERAÇÕES NOS MODOS DE MEDIAÇÃO.....	49
4.2	O FUTURO NÃO DEMORA: PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO E A QUEBRA DAS PROGRAMAÇÕES VIGENTES.....	51
4.3	CONTRA-ATACAR: MODOS DE RESISTÊNCIA DA MÚSICA INDEPENDENTE.....	57
4.4	PLAYSOM: BAIANASYSTEM, ANITTA E A MUDIATIZAÇÃO DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA	61
5	SOUNDSYSTEM DE BITS: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA CONTEMPORÂNEA.....	71
5.1	MÚSICA MODULAR: ADAPTAÇÕES ÀS ESTRUTURAS VIGENTES.....	72
5.2	SONAR: EM BUSCA DE PORTAS E PORTAIS PARA PRODUZIR ALÉM DO PROGRAMADO.....	76
5.3	ENTRE O INPUT E OUTPUT: OS ENTREMEIOS DO BAIANASYSTEM.....	79
5.4	SOB A ÉGIDE DO LAÇO DE MCLUHAN: O FLUXO RESPONSIVO DAS PROGRAMAÇÕES.....	85
5.5	DESDOBRAMENTOS CONCEITUAIS: REMIDIAÇÃO, REMIXABILIDADE E OS EFEITOS DA MUDIATIZAÇÃO.....	91
5.6	IDADE MÍDIA, IDADE PIXEL.....	100

5.7	SOUNDSYSTEM DE PIXELS: EXPERIÊNCIAS DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA.....	102
5.7.1	AUDIOVER: EXTRAPOLANDO O CARÁTER FONOGRAFICO.....	106
6	IMAGENS-MÚSICAS: AUDIOVISÕES HÍBRIDAS DA MÚSICA DE ÉCRAN.....	113
6.1	PARA AUDIOVERMOS.....	113
6.2	AUDITIVOS DO OLHO E VISUAIS DO OUVIDO.....	115
6.3	CAMINHO RUMO À AGRAMATICALIDADE.....	118
6.4	O AUDIOVISUAL EM BUSCA DO DEVIR.....	121
6.5	MODULARIDADE CONCEITUAL: DESDOBRAMENTOS DA IMAGEM-MÚSICA.....	123
6.6	A AUDIOVISÃO E A CONSTRUÇÃO DE UM EFEITO KULESHOV PARA AS AUDIOVISUALIDADES.....	129
6.6.1	ENTRE GROOVES, GRAVES E MOVIES: A IMAGEM-MÚSICA NO PALCO.....	129
6.6.2	IMAGEM-MÚSICA RÍTMICA <i>ONLINE</i>	133
6.6.3	POR UM EFEITO KULESHOV.....	135
6.7	DIÁLOGOS DO PÓS E A FLUIDEZ DAS FRONTEIRAS.....	140
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	143
	REFERÊNCIAS.....	147

1 INTRODUÇÃO

A partir da inevitabilidade de resguardar o conhecimento de maneira externa ao corpo humano surgiram diferentes formas de representações, as quais deram início a processos de extra-somatização dos meios de armazenamento dos signos, conceito apresentado por Lúcia Santaella (1996). De modo similar, a prática musical que durante muito tempo foi realizada apenas através de sons corporais ou da utilização de instrumentos rudimentares, passou a ter novas possibilidades de execução, gravação e distribuição, o que acarretou em alterações nos moldes de se fazer música com o passar do tempo. Os novos perfis de público que surgiram com a disseminação do rádio, a partir dos anos 1920, por exemplo, transformaram o modo como as pessoas estavam acostumadas a ouvi-la, pois trouxe a exigência de que as apresentações ao vivo¹ apresentassem a mesma qualidade sonora da que era reproduzida através desse aparelho. Desse modo, podemos perceber que a música já começava a sofrer modificações para que se encaixasse nas mídias vigentes.

Entretanto, tal questão não é nenhuma novidade. Em cada período da história os artistas utilizaram predominantemente os meios e as técnicas contemporâneas disponíveis para poder realizar suas obras artísticas e as distribuírem para o público consumidor. De acordo com Arlindo Machado (2010), compositores como Bach e Stockhausen compuseram suas peças com sonoridades que extraíram o máximo da capacidade dos instrumentos recém-inventados a que tinham acesso. Nesse viés, David Byrne (2014) discorre sobre o quanto a música se adapta a partir das condições através das quais ela se configura, seja em relação ao ambiente em que ela é reproduzida ou através das plataformas ou *software* que usufrui.

A partir dessas constatações iniciais, como seria possível seguir nesse viés de observação e relacioná-las a situações empíricas ao mesmo tempo em que faria investigações teóricas? Tendo em vista o contexto midiático atual, semeado por conteúdos que transitam entre imagens, textos e sons, observei que os campos onde essas diversas mídias podem ser encontradas, e/ou se constituem, poderiam ser *locus* relevante para a construção de discussões, pois neles concentram-se atualmente os espaços de mediação do mercado fonográfico. Todavia, foi necessário caminhar nesses espaços com certa prudência, devido a estarem inseridos completamente ainda em um contexto de contínua transição. Por isso tal observação concentrou-se na busca por reflexões, ao invés de procurar respostas herméticas aos questionamentos que surgiram ao transitar pelo percurso de pesquisa proposto aqui.

¹ Expressão comum utilizada para fazer referência ao modo de transmissão de determinado produto midiático em tempo real, ou seja, transmitido de forma simultânea a sua concepção.

Mesmo que os referidos campos estejam em constante transição, torna-se relevante ressaltar que o olhar aqui apresentado compreende que as mídias que antecedem o contexto comunicativo atual não serão necessariamente extintas. O que ocorrem são processos de adequação aos novos comportamentos do público que surgem, bem como às novas possibilidades tecnológicas e culturais. Ao fazer referência aos processos midiáticos, foi preciso compreendê-los além da mera penetração tecnológica pois, como destaca José Luiz Braga (2012), é a opção de acionar tecnologias em um sentido interacional que faz com que estas se desenvolvam. A exemplo disso tem-se o caso do *Youtube*², o qual surgiu como plataforma para veiculação de vídeos domésticos e passou a ter uma gama variada de usos, mas que são empregados dentro da perspectiva previamente programada para aplicações daquela ferramenta.

Ao apontar que a liberdade expressa nas imagens técnicas está, de certo modo, relacionada a uma escolha programada, Vilém Flusser (2008) atenta para um ponto importante de reflexão, o qual pode ser utilizado para justificar a emergência de estudos nos campos almejados por essa pesquisa: tal programação social persistirá, “a menos que decifremos o que tais imperativos, tais dedos imperativos estendidos significam; a menos que descubramos os seus programas” (FLUSSER, 2008, p. 73).

Mesmo que um único aparato tecnológico possa condensar variados formatos midiáticos, precisamos perceber que assim como a invenção da televisão não extinguiu o rádio, bem como a prensa de *Gutenberg*³ não eliminou práticas antigas de escrita, esses novos produtos que surgem são provenientes dos entrelaçamentos dessas diversas linguagens. Entretanto, o grande desafio configurado é perceber, através da observação de seus usos, como podemos explorar para além da mera programação⁴ das ferramentas que as compõem, em busca de suas potencialidades, para que possamos ser mais do que meros operadores de aparelhos.

Ao pensar sobre tal questão, tendo em vista que por vezes produtos artísticos e culturais

² De acordo com Burgess e Green (2009, p.17), o *Youtube* foi fundado por *Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim*, em junho de 2005. A inovação original era de ordem tecnológica, a qual tentava superar os limites técnicos para um maior compartilhamento de vídeos na internet. Além disso, os autores citam que logo no início de sua criação, a página inicial da plataforma pontuava como possíveis usos: fazer vídeos caseiros, publicar produções realizadas com câmeras digitais e exibi-las para pessoas próximas e para o mundo. Entretanto, o propósito inicial do *Youtube*, “foi repetidamente transformada tanto pelas práticas corporativas como por sua utilização pela audiência” (BURGESS; GREEN, 2009, p.20).

³ Invenção criada por Johannes Gutenberg, em 1455, que consistia em um sistema mecânico de tipos móveis que revolucionou o modo como se dava os modos de impressão, viabilizando a produção em larga escala e com menores custos do que o sistema vigente anteriores a essa época.

⁴ “O aparelho automático rola automaticamente ao sabor do acaso, e pára segundo o programa quando tiver alcançado a meta desejada. A ‘decisão’ humana, a ‘liberdade’ humana é, pois, capacidade de fazer parar o aparelho automático no instante desejado. Eis a ‘programação’ inicial dos aparelhos” (FLUSSER, 2008, p. 76).

acabam por esbarrar nas limitações daquilo que está “programado”, tentei aqui perceber esse conceito *flusseriano* em busca de como a midiatização e as tecnomediações⁵ possibilitam ir em busca além das programações pré-estabelecidas. Assim, artistas independentes buscam sobreviver por entre as frestas de um mercado dominado pelo *mainstream*⁶, seja através da busca pela extração máxima das possibilidades pré-determinadas do uso de ferramentas de plataformas, que desaguam muitas vezes em alterações desses programas⁷. Mesmo que não seja de forma condicional, o uso de tecnologias nesses processos pode desaguar, “na configuração do veículo, suas definições tradicionais e suas estratégias de linguagem” (LOPEZ *apud* MASCARENHAS *et al*, 2014, p.111).

Ao pensar acerca das produções do mercado fonográfico, logo direcionamos nossa atenção para questões que perpassam prioritariamente por fonogramas, apresentações ao vivo ou as formas de distribuição de produtos desse cenário. A partir do uso exponencial das mídias digitais, o propósito dos artistas em obter números altos de discos vendidos se reconfigura no mar de curtidas e compartilhamentos, pois agora importa mais ter milhares de seguidores do que discos de platina⁸.

Nesse ciberespaço, cada novo seguidor, repostagem ou *like* servem como termômetro para essas carreiras, propiciando a conquista de novos espaços nos circuitos do mercado fonográfico. O interesse por comprar ingressos e sair de casa para ir a determinado *show* passa a disputar espaço com a comodidade de se tornar mais um entre milhares de integrantes de plateias que se instalam nos sofás de casa. Comodidade essa que permite assistir aos mais diversos artistas, com restrições geográficas para acesso menores, ao consumir os conteúdos por telas de *smartphones* e através das transmissões *online* de canais de televisão.

Por conseguinte, mesmo que inicialmente tenha sido criada para fruição sonora, a música passa a ter novas possibilidades de experiência, onde o pensamento convergente está remodelando as produções do mercado musical, as quais tornam-se cada vez mais audiovisuais,

⁵ Definição delimitada por Sodré (2002), na qual ele apresenta a tecnomediação como princípio da midiatização.

⁶ “Abriga escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido. Ele também implica uma circulação associada à outros meios de comunicação de massa, como a TV (através de videoclipes), o cinema (as trilhas sonoras) ou mesmo a *internet* (recursos de imagem, *plugins* e *wallpapers*)” (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006, p.8).

⁷ Tais aparelhos, assim como os demais, são programados para programar os seus receptores em prol de um comportamento propício ao seu funcionamento, cada vez mais aperfeiçoado (FLUSSER, 2002, p.39).

⁸ A expressão discos de platina aqui utilizada faz menção ao sistema de premiação que existe em diversos países para numerar a quantidade de vendas de determinado produto em uma localidade. Desse modo, seguem requisitos de conferência que podem ser pautados, por exemplo, pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) ou variam de acordo com as informações do número populacional de cada nação. No Brasil, refere-se à 80 mil unidades vendidas para álbuns e *single* nacional, passando mais recentemente a contabilizar os números obtidos por *streaming* de faixas.

utilizando as mídias digitais e alocadas nas redes sociais na *internet*. Ao fomentá-las e permitir que ganhem território, antigas fronteiras passam a ser quebradas, permitindo que novos consumidores surjam, bem como novas perspectivas de produção de conteúdo sejam criadas, fomentando cada vez mais uma zona de retroalimentação entre os campos do audiovisual e da música.

Ao pensar sobre tais questões, muitas vezes podemos nos deparar com certo descolamento entre os paradigmas imagéticos e sonoros. No campo cinematográfico, por exemplo, durante determinado período o som, por vezes, ocupou papel coadjuvante em detrimento ao protagonismo de suas imagens. Em certos momentos, ao buscar respostas que possam interligar ambos os componentes, acabo me deparando quase com uma predominância de discussões teóricas em torno da criação de videocliques em seus formato anteriormente tradicionais, bem como reflexões que por elas perpassavam. Todavia, com a crescente das mídias digitais, de aparatos técnicos e da convergência midiática que os adentrava, passei a perceber que a era pós-fotográfica defendida por Santaella e Nöth (2001), estava em crescente desenvolvimento.

As inquietações acerca das atuais relações entre os conceitos imagéticos e sonoros no contexto de midiaticização das relações de mediação entre artistas, consumidores e possíveis intermediadores surgiram ao perceber cada vez mais esse uso de recursos imagéticos em produtos da indústria fonográfica⁹. Tal fato é condizente com as reflexões de Santaella (2008), ao se referir à era da metástase das imagens, fato que dialoga com vários outros autores, tais como Néstor García Canclini (2008), que trazem à tona o atual protagonismo das imagens na sociedade contemporânea. Desse modo, no mundo pós-histórico¹⁰ novas relações passaram a ser construídas, bem como as criações nesse mercado deixaram de ter o foco apenas na música.

Ao observar tais modificações, torna-se cada vez mais notório o estreitamento entre as fronteiras dos campos do audiovisual e da música, mas em perspectivas que vão muito além da criação de videocliques. De acordo com Alexandre Rocha da Silva (2006), a imagem-música é resultante de diferentes linguagens, tendo por objetivo as articulações entre elas ao invés da predileção de suas especificidades. Nessa mesma perspectiva, Arlindo Machado (*apud* Silva,

⁹ Utilizei por vezes aqui os termos indústria fonográfica, mercado fonográfico, cenário musical e outras variações que surgem a partir desses cruzamentos. Ao fazer tais menções interpretei livremente o que Pedrosa Nogueira (2008, p.16) pontuou para algo que vai além do trabalho relacionado às gravadoras e que contempla a etapa de produção, mas também os processos que englobam “circulação, comercialização, divulgação, patrocínios, consumo, etc.”

¹⁰ “Os atos não mais se dirigem contra o mundo a fim de modificá-lo, mas sim contra a imagem, a fim de modificar e programar o receptor da imagem. Isto é o fim da história, porque a rigor nada mais acontece, porque tudo é doravante espetáculo eternamente repetível. A reta da história se transforma no círculo do eterno retorno” (FLUSSER, 2008, p.59).

2006, p.42) afirma que o objetivo deixou de ser o da mera busca por semelhanças, passando a ser o de compreender a existência de “uma outra máquina semiótica produtora de signos que engendra textos sincréticos”. Nesse viés, como complementariedade dessa discussão, me deparei novamente com outras assertivas de Santaella e Nöth (2001), dentre as quais estão inseridas questões relacionadas às dissoluções de fronteiras entre visualidade e sonoridade.

Por mais que o objetivo do diálogo aqui proposto não tenha tido centralidade apenas nas questões atreladas à linguagem de cada um dos campos abordados, perpasssei inevitavelmente em alguns momentos por esse viés de discussão a fim de dar possíveis encaminhamentos futuros. Todavia, o foco que propus aqui foi observar a midiatização das produções da indústria fonográfica a partir de tecnomediações, tendo como recorte essa atual idolatria¹¹ interligada ao protagonismo das imagens técnicas¹². Entretanto, constatei essa crescente das produções audiovisuais que vem explorando cada vez mais recursos das redes sociais *online* para além da era massiva de videoclipes da *MTV*¹³.

Tendo em vista tais apontamentos, passei a analisar como a midiatização e as práticas tecnomediadas se tornaram as principais mediações do mercado fonográfico, transformando as produções dos artistas e suas estratégias de mercado. Logo, tornou-se necessário estabelecer algumas inquietações para delimitar a percepção dessa problemática. Tendo em vista que processos de reconfiguração são comuns a cada vez que novas mídias surgem, um dos interesses propostos foi tomar ciência dos conteúdos atualmente produzidos, bem como suas possíveis reconfigurações, e a importância que eles têm para fomentar novas práticas de concepção audiovisual do cenário musical na era do *bit*¹⁴.

Desse modo, a pesquisa teve por objetivo geral observar como as produções da indústria fonográfica vêm se transformando a partir das possibilidades que surgem, sobretudo no século XXI, com a midiatização e práticas tecnomediadas, tornando-se cada vez mais audiovisuais. No início da discussão delineada nos próximos capítulos, observei processos que tornaram a midiatização como umas das atuais mediações do mercado fonográfico entre os seus interagentes. Ao constatar algumas mudanças desse cenário ao longo do tempo, percebi a crescente desmaterialização do fonograma em relação aos formatos anteriormente vigentes, tais como o CD. Além disso, percebi o protagonismo de práticas que utilizam as mídias digitais

¹¹ “[...] adoração da imagem” (FLUSSER, 2002, p.18).

¹² “Imagem produzida por aparelho” (ibidem, p.18).

¹³ Canal de televisão norte-americano criado na década de 80, o qual continha em sua grade de programação programas que cultivavam a cultura pop mundial. Além disso, foi um dos principais responsáveis pela difusão da cultura de videoclipes instaurada nas décadas seguintes, fazendo com que houvesse uma grande exploração desse produto midiático por parte da indústria fonográfica.

¹⁴ Menor unidade de medida utilizada para transmitir dados computacionais e informáticos.

como ferramenta de produção e distribuição de seus conteúdos. Tais questões desaguardam em alterações nos comportamentos do público e possibilitam uma maior independência para os artistas gerenciarem suas carreiras e seus produtos, ao passo em que alteram as formas de mediação dessa indústria.

Na segunda parte da dissertação, proponho perceber como a busca por novas possibilidades está moldando produções, plataformas e o próprio mercado fonográfico. Nesse viés, procurei por aquilo que sugeri denominar como “quebras de programação”, as relacionado ao conceito homônimo de Flusser (2008), notando possibilidades de uso e criação que vão além das perspectivas comuns utilizadas. Tendo em vista o objetivo geral proposto por essa dissertação, descrevi quais são as novas práticas de produção audiovisual, no contexto das mídias digitais, e como o mercado fonográfico está explorando essas possibilidades e direcionamentos, tendo como recorte de análise a produção audiovisual contemporânea desse cenário que constitui o que denominei como *Soundsystem de Bits*. Em paralelo, aponto a importância do uso das mídias digitais e das redes sociais *online* para fortalecer as produções independentes e sendo preponderantes para que artistas, assim como o BaianaSystem, grupo musical que produz o *corpus* de análise do objeto central dessa pesquisa e através do qual desenvolvi um estudo de caso, adentrem espaços dominados pelo *mainstream*.

Por fim, tendo em vista os pontos discutidos anteriormente, busquei compreender aspectos relacionados aos modos de intersecção entre os paradigmas sonoros e visuais, os quais passam a fomentar associações que proporcionam, de acordo com Michel Chion (2008) a constituição das relações de audiovisual. Através desse viés, inferi que baseados nessas relações simbióticas entre a imagem e música, passamos a audiovermos a música, cada vez mais permeada por *pixels*. Por conseguinte, trilhei caminhos de observação que fomentam esses possíveis sincretismos, tornando a dissociação entre esses paradigmas cada vez menos viável.

Devido a desdobramentos conceituais e empíricos, a constituição de imagens-música passa a ser evidenciada e a transformar a própria definição inicial delimitada por Silva (2006). Para que possamos compreender melhor os caminhos que conduzem a essas constituições, refleti acerca de como o próprio conceito de audiovisual sofreu deslocamentos, os quais juntamente com as suas derivações nos encaminham a outras perspectivas. Por isso, para compreendermos esses processos perpasséi pelas definições de audiovisual e pelos conceitos de audiovisualidades e audiovisual. Por meio desses cruzamentos teórico-analíticos tentei inferir os atuais direcionamentos através dos quais podemos perceber a imagem-música e os devires audiovisuais na indústria fonográfica contemporânea.

As metodologias que propus foram fruto de um amplo tempo de maturação acerca de quais perspectivas gostaria de utilizar como pontos de partida para dialogar acerca dos temas aqui propostos. Mesmo que aparentemente o objeto de pesquisa proposto esteja inserido no contexto que contemple discussões nos campos da música e da comunicação, ao perceber o atual protagonismo das imagens técnicas, desloquei o ponto central desse diálogo para analisar tais questões a partir da ótica do crescimento do audiovisual, mas que surge como um resultante da midiaticização e das tecnomediações desse mercado.

Por conseguinte, a fim de traçar os percursos propostos e tendo em vista o objetivo central dessa dissertação, utilizei a midiaticização como aporte teórico e metodologia norteadora das observações aqui apresentadas. Considero que a maior parte das alterações de mediação que vem ocorrendo entre os interagentes desse mercado, bem como modificações nos modos de produção, consumo e distribuição de produtos midiáticos está sendo ocasionada pela intensificação da incidência desse fenômeno no mercado fonográfico. Além disso, é um dos responsáveis pelas transformações e quebras de diversos conceitos que foram contemplados no diálogo que tento produzir ao longo dessa dissertação.

A midiaticização não é utilizada apenas para produzir e difundir os produtos desse mercado, mas também altera suas práticas, remodelando-as. Conseguiríamos imaginar atualmente um *show* que não seja mais ‘coberto’ pelas diferentes formas de transmissão do *Instagram*¹⁵? Um lançamento de música que aconteça apenas em uma apresentação ao vivo ou um novo álbum que não seja divulgado em programas televisivos, rádio e redes sociais *online*? Por consequência, não são apenas os conteúdos que variam de plataforma para plataforma, mas sim toda a indústria fonográfica que passa a ter sua lógica alterada a partir desse processo comunicacional. Poderíamos nos questionar, por exemplo, em que momento a música não foi midiaticizada. Porém, o que trago ao longo dessa dissertação difere da criação de processos totalmente inéditos ou que não sejam derivados de antigas práticas, mas sim de reconhecermos o estabelecimento da midiaticização enquanto ambiência desse mercado.

Em paralelo a isso, ao me deparar com os conceitos apresentados por Flusser (2002; 2008), passei a utilizar a filosofia da fotografia como metodologia paralela, orientando os procedimentos metodológicos e a consequente interpretação dos dados colhidos, bem como o

¹⁵ Aplicativo gratuito de compartilhamento de fotos e vídeos, através do qual é possível compartilhar fotos e vídeos para outros adeptos da rede social, os quais podem comentar, curtir ou compartilhar tais publicações. De acordo com Piza (2012, p.7), a rede social foi criada em 2010 e foi desenvolvida pelos engenheiros de programação *Kevin Systrom* e o brasileiro *Mike Krieger*, cuja intenção inicial da criação era resgatar a nostalgia do instantâneo fomentada por câmeras *Polaroids*. Em 2018, de acordo com estimativas do site *Statista*, atingiu a marca de 1 bilhão de usuários e tornou-se a sexta maior rede social da atualidade. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-bate-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-116344/>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

meu olhar no sentido de como interpretarmos os “aparelhos¹⁶”, “os programas”, as “programações” e o papel do “funcionários”, denominação feita pelo autor para referir-se às pessoas que brincam e agem em função do primeiro termo citado.

Tendo em vista a extensa gama de produtos concebidos pela banda BaianaSystem, contemplar todos os conteúdos audiovisuais concebidos pelo grupo musical tornaria essa pesquisa, do ponto de vista metodológico, inviável. Desse modo, considerando o crescente protagonismo das redes sociais *online*, busquei me concentrar nos produtos midiáticos produzidos pela banda, centrando a observação prioritariamente em produtos audiovisuais. Além disso, o recorte aqui proposto contemplou conteúdos que tenham sido criados ou distribuídos sobretudo no *Instagram*¹⁷, mas sem ter deixado de observar incidências no *Youtube*, *Facebook*¹⁸ e *Spotify*¹⁹, por acreditar que juntos configurem-se como os mecanismos mais utilizados de redes sociais *online* pelo mercado fonográfico e os interagens que o compõem atualmente. Ao mesmo tempo, essas plataformas modificam a suas programações iniciais, alterando recursos e ferramentas em prol da usabilidade de seus usuários, permitindo que constantemente surjam novas possibilidades de criação.

A partir dos apontamentos de Flusser (2008), busquei delimitar a observação aqui proposta por meio de possíveis quebras de programação, seja em relação à linguagem do programa, seja em relação a dos produtos em si ou das relações entre os indivíduos participantes desse cenário musical contemporâneo. Além disso, a filosofia da fotografia foi utilizada para me ater prioritariamente às imagens técnicas e por acreditar que assim como nos disse Flusser (2002), seu objetivo é desvendar o caminho da liberdade diante da programação dos aparelhos. Tendo em vista tais considerações, poderemos perceber experiências que atendam a tais

¹⁶ “Brinquedo que simula um tipo de pensamento”. (FLUSSER, 2002, p.18)

¹⁷ Aplicativo gratuito de compartilhamento de fotos e vídeos, através do qual é possível compartilhar fotos e vídeos para outros adeptos da rede social, os quais podem comentar, curtir ou compartilhar tais publicações. De acordo com Piza (2012, p.7), a rede social foi criada em 2010 e foi desenvolvida pelos engenheiros de programação *Kevin Systrom* e o brasileiro *Mike Krieger*, cuja intenção inicial da criação era resgatar a nostalgia do instantâneo fomentada por câmeras *Polaroids*. Em 2018, de acordo com estimativas do site *Statista*, atingiu a marca de 1 bilhão de usuários e tornou-se a sexta maior rede social da atualidade. Disponível em: < <https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-bate-marca-de-1-bilhao-de-usuarios-ativos-116344/>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

¹⁸ Fundada em 2004 por Mark Zuckerberg, junto aos co-fundadores Dustin Moskovitz, Chris Hughes e Eduardo Saverin. A empresa que atualmente reúne um conglomerado de aplicativos e serviços, conecta bilhões de pessoas em todo o mundo através de suas redes sociais, nas quais pessoas compartilham informações sobre si, conectam-se e estabelecem uma comunicação via *online*. Além disso, vem sendo cada vez mais explorada comercialmente, o que acarreta na aderência crescente de empresas, entidades e instituições. Disponível em: <<https://newsroom.fb.com/company-info/>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

¹⁹ O *Spotify* é um dos maiores serviços de *streaming* digital de música do mundo, criado por Daniel Ek e Martin Lorentzon, sendo lançado em 2008. A plataforma disponibiliza de forma instantânea um extensa gama de fonogramas, *podcasts* e outros conteúdos audíveis, o que a tornou presente em mais de 60 países e conte com milhões de usuários. Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/spotify>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

pontuações e que possam ser analisadas como produtos que transitam entre as fronteiras do audiovisual e da música, que utilizem a mídiatização e as tecnomediações como principais recursos de resistência.

O grupo musical BaianaSystem, o qual além dos músicos que os compõe, tem em sua formação o artista visual Filipe Cartaxo, que através de vídeos e os conteúdos para redes sociais *online*, entre outros elementos, transforma tais criações em uma experiência audiovisual que é uma das principais características do grupo baiano. A partir da utilização de máscaras, cores e elementos que representam a Bahia, essas produções atrelam imagens que vão muito além do mero diálogo com as sonoridades da banda, o que corrobora com o discurso de Ricardo Cury (2016), o qual afirma que desde as composições iniciais, nenhuma imagem gerada pelo grupo musical é gratuita.

Desse modo, propus como objeto de análise o caso de tal banda soteropolitana, a qual está sendo reconhecida pelo desenvolvimento audiovisual de seus produtos e os concebe com a mesma relevância que produz suas faixas sonoras. Paralelamente, antes de adentrar nessa análise propriamente dita, levantei em caráter exploratório algumas questões que envolvem as apropriações do mercado fonográfico a partir de um cenário de convergência, sob a ótica de uma discussão que visou compreendê-las a partir do crescimento do uso do audiovisual para essas novas mídias. Além disso, o intuito através do arcabouço fronteiro à produção do objeto de estudo aqui descrito, foi tomar ciência de tipos de conteúdos produzidos, perceber como velhos conteúdos são reconfigurados e a importância que eles têm para fomentar novas práticas de concepção audiovisual na era do *bit*. De que forma artistas musicais estão se apropriando desses recursos audiovisuais, voltados para rede social, para estabelecer novas possibilidades de criação?

Desse modo, tecer um diálogo a partir da análise do material audiovisual produzido para redes sociais *online* pelo grupo musical, tornou-se um suporte profícuo de pesquisa, tendo em vista a extensa gama de materiais disponibilizados pela banda e por eles serem criados visando à exploração dos campos de conhecimento aqui discutidos. Por conseguinte, observar os formatos e as práticas mídiatizadas que podem ser vivenciadas nesse contexto pode demonstrar para onde apontam os vetores de desenvolvimento dialógico de tais campos.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Após os delineamentos iniciais traçados como forma de estabelecer uma compreensão dos caminhos que almejei percorrer ao longo dessa dissertação, acredito ser necessário detalhar um pouco melhor quais os próximos passos que desejo dar rumo aos objetivos dessa pesquisa. Por mais que acredite que as explicações metodológicas serão melhor abordadas a seguir no prelúdio desse trabalho, reforçarei aqui alguns pontos, a fim de facilitar a compreensão e preparar para os próximos capítulos que virão.

De modo geral, a pesquisa aqui proposta tem cunho qualitativo, do ponto de vista da abordagem, pois apesar de o objeto de estudo transitar entre espaços tecnológicos e usos sociais, as perspectivas foram concentradas nos significados encontrados nessa relação dialógica, ao invés de buscar números que reduzissem as observações percebidas às variáveis identificadas. Em relação aos objetivos do estudo, apresenta caráter predominantemente exploratório. Tal fato deve-se à necessidade de ter contextualizado os assuntos relacionados às minhas inquietações, a partir de uma pesquisa bibliográfica contínua, atrelada à levantamentos estabelecidos para uma familiarização inicial dos temas abordados.

Em relação ao modelo conceitual operativo, transitei livremente entre bibliografias, o desenvolvimento de um estudo de caso e a observação de suas zonas fronteiriças. Em relação ao estudo de caso, delimito a produção audiovisual do grupo musical BaianaSystem como recorte de compreensão, o qual será melhor detalhado posteriormente. A escolha foi realizada pela motivação de partir de um método dedutivo e acreditar na força desse objeto para demonstrar os fenômenos estudados na dissertação.

Todavia, mesmo que saiba da extensa gama de materiais provindos desse objeto central e passível de análise, não restrinjo apenas a seus itens constitutivos, passeando por outras exemplificações fronteiriças a delimitação central apresentada. Tal escolha deve-se ao fato de que, segundo Robert K. Yin (2005) a escolha de casos múltiplos permite uma maior consistência e maiores generalizações. Ao complementar tal visão, Kathlemm Marie Eisenhardt (1989, p.537) diz que os recortes “podem ser escolhidos para replicar casos anteriores ou prorrogar uma teoria emergente, ou podem ser escolhidos para preencher categorias teóricas e fornecer exemplos de tipos polares”. Desse modo, ainda de acordo com a autora, ao transitarmos por diferentes fontes ou perspectivas, criamos uma melhor base de sustentação para nossas constatações.

A partir da possibilidade de vivências empíricas realizadas durante o período que comporta a duração dessa pesquisa, bem como seus antecedentes, fiz usos de explicações de casos próximos ao meu contexto.

De modo inicial, abordo a pesquisa bibliográfica a partir dos seguintes pilares de conhecimento: a) Mídiação e tecnomediações; b) Reconfigurações da indústria fonográfica; c) Imagem técnica e produção audiovisual do cenário musical contemporâneo; d) Audiovisão, audiovisualidades e imagem-música. Outros aportes teóricos presentes nas interações entre tais pilares, bem como outras possibilidades de encaminhamentos surgiram no percurso, quer fossem nessa primeira etapa que aqui apresento ou nos próximos capítulos que serão melhor delineados em um momento consecutivo.

Ao longo do estudo proposto, a observação sistemática dos conteúdos midiáticos do BaianaSystem teve como recorte principal as produções audiovisuais concebidas e utilizadas pelo grupo musical em questão, tendo como foco àquelas que visavam ser veiculadas no contexto das redes sociais, tais como *Instagram* e o *Youtube*. Entretanto, devido ao conjunto abrangente de materiais passíveis de observação, busquei àqueles que atenderam às questões apontadas pelas metodologias centrais delimitadas, ou seja, a mídiação e a filosofia da fotografia.

Em relação ao método de coleta de dados que optei por utilizar, foi viabilizado a partir de um aparato tecnológico. A partir de um *smartphone* conectado à *internet*, tive acesso a diversos conteúdos midiáticos atrelados ao objeto de estudo e que configuram o universo do que aqui denomino enquanto *soundsystem* de *bits*. A partir do uso de contas pessoais nos aplicativos que compõem os recortes de análise propostos, pude diariamente observar as relações instituídas no cenário musical contemporâneo, mediadas pela mídiação e práticas tecnomediadas, bem como pelo crescimento do uso do audiovisual enquanto campo criativo e mercadológico.

Durante o percurso, me deparei com a efemeridade de muitos conteúdos, os quais ficavam disponíveis nas redes sociais *online* observadas apenas por um curto espaço de tempo. Por consequência, passei por vezes a utilizar aplicativos que gravavam o material para que pudessem ser analisados em um momento posterior. Em paralelo, ferramentas disponíveis nesses mesmos espaços, tais como o comando salvar do *Instagram*, facilitaram os processos de catalogação de alguns dos materiais que compuseram o *corpus* dessa pesquisa. Uma das dificuldades encontradas durante o percurso de levantamento de dados foi achar os créditos de artes gráficas e de algumas fotografias que serviram como base para análise. Tal questão deve-se ao fato de que muitos materiais disponibilizados nas redes sociais *online* e no *site* do grupo

musical não apresentam os devidos créditos de autoria, tais como imagens de registro de shows, por exemplo. Contudo, boa parte do material imagético levantado foi fruto de capturas de tela, feitas através do celular e de um computador, que serviram para compor nosso banco de análise.

Propus inicialmente, como possível método de levantamento de dados, coletar sobretudo as postagens veiculadas no perfil do *Instagram* da banda BaianaSystem, tendo como recorte temporal o intervalo entre o lançamento do discos “*Duas Cidades*”, lançado em março de 2016, e “*O Futuro não demora*”, cuja estreia aconteceu em fevereiro de 2019, propondo um limite de intervalo nesse ínterim. Entretanto, assim como umas das próprias metodologias apresentadas, tive que quebrar essa pré-determinação inicial por perceber durante o percurso de pesquisa a efervescência de produtos e relações que transbordavam tais delimitações.

Em dados momentos, voltei a olhar de forma livre para o imenso manancial de possibilidades de uma pesquisa exploratória que estava locada em um ciberespaço de produção latente. Por consequência, assisti a diversos materiais durante esses dois anos de pesquisa, consumi muitas músicas e fui a diversos *shows* em busca das possíveis respostas às minhas inquietações de pesquisa, para que aos poucos fosse identificando ocorrências que atendiam as características que almejava explorar. Em decorrência dessa operacionalidade, encontrei outras exemplificações semelhantes ao estudo de caso proposto e que foram inseridas nessa discussão.

Nesse sentido, tendo em vista a necessidade de delimitar o *corpus* da pesquisa, utilizei os conceitos-chaves da filosofia da fotografia, atribuídos por Flusser (2002; 2008) e abordados ao longo desta dissertação, como métodos que propiciaram uma espécie de categorização sistematizada dos dados a serem analisados, buscando compreender como artistas buscam atuar por entre as brechas das programações²⁰, como ocorrem as relações entre funcionários-aparelhos e a subversão das pré-determinações iniciais dos programas a que estão submetidos. Nesse viés, entendo essas quebras de programação enquanto potencialidades²¹, ou seja explorações de usos criativos e expansivos das mídias; como formas de resistência a padrões pré-estabelecidos por agentes dominantes da indústria fonográfica e a possíveis sincretismos entre imagem e música.

Por mais que Flusser (2002) apontasse que mesmo os acasos pouco prováveis estão inscritos no programa e por consequência acabarão por em certo momento se realizar, o que me interessou aqui foi perceber o jogo entre recorrências e potencialidades dessas pré-

²⁰ “O fotógrafo caça, a fim de descobrir visões até então jamais percebidas. E quer descobri-las no interior do aparelho. Na realidade, o fotógrafo procura estabelecer situações jamais existentes antes. [...] Situações que estão programadas sem terem ainda sido realizadas” (FLUSSER, 2002, p.38).

²¹ [...] o fotógrafo se esforça por descobrir potencialidades ignoradas. O fotógrafo manipula o aparelho, o apalpa, olha para dentro e através dele, afim de descobrir sempre novas potencialidades (FLUSSER, 2002, p.31-32).

determinações. Nesse sentido, podem estar em função não mais apenas dos aparelhos que as regulam, mas sim das intenções humanas que permitem, assim como pontuado pelo autor a, em certo momento e de certa forma, jogar contra o aparelho.

Em consonância a tais procedimentos metodológicos, conforme explicitado anteriormente, busquei compreender como a intensificação da mediação tornou-se a principal mediação entre os interagentes do cenário musical contemporâneo, observando a produção audiovisual inserida nos recortes propostos, bem como reconfigurações e temáticas limítrofes que os circundam, através do viés desse fenômeno comunicacional.

Mesmo com procedimentos metodológicos pré-estabelecidos, ao desenvolver a pesquisa surgiram algumas pequenas alterações que transpassavam essas indicações, mas que foram acatadas à medida em que mostraram-se pertinentes às discussões e temas nela contidos. Tais alterações foram motivadas pela origem de obras similares ou pela necessidade de explorar assuntos complementares não inseridos totalmente na presente proposta. Assim, pequenas mudanças na estrutura da pesquisa foram admitidas, mas as bases aqui estabelecidas nortearam a concepção dos resultados do trabalho desenvolvido.

3. PRELÚDIO

3.1 ANTROPOFAGIA BAIANA

“O presente já é o futuro, porque está se transformando muito rápido e a gente sabe que é um segundo para tudo mudar. Não dá pra adivinhar esse futuro, e a gente tem que conduzir o presente com o acúmulo das coisas que a gente aprende do passado. O futuro não demora.” (PASSAPUSSO *apud* PIMENTEL, 2019)

Ao pensar nos significados do termo prelúdio, logo me deparei com menções relacionadas aos verbos preparar, antecipar ou introduzir. O filósofo tcheco-brasileiro Vilém Flusser, em seu *Universo das imagens técnicas* (2008), já nos cedia logo no mote inicial de sua discussão, a advertência de que cada vez mais seria necessário nos preparar para os tempos que viriam. Além de nos encaminhar para algo que virá na sequência, o significado do termo que nomina este tópico já foi utilizado para referir-se à introdução de uma música, como fizera Sebastian Bach antes de algumas tocatas, ou às ações realizadas pelos alaudistas, que faziam do prelúdio um momento utilizado para aquecer os dedos antes de dedilharem suas canções. Desse modo, tendo em vista que muitas vezes essa etapa tem a sua totalidade compreendida apenas com o que virá na sua sequência, utilizo aqui esse espaço como modo de preparo para aquilo que almejo aqui discutir posteriormente, mas principalmente para dar uma ciência inicial do porquê de muitas de minhas escolhas.

Ao longo desse percurso de pesquisa, entre bancos da universidades, madrugadas solitárias de coleta de dados e procrastinações criativas, muitas vezes me deparei com questionamentos a respeito do que seria necessariamente o objeto de estudo dessa pesquisa, ou o porquê de escolher o BaianaSystem para através de sua produção tentar compreender os aspectos relacionados às perguntas norteadoras dos diálogos aqui realizados. Em paralelo, surgiram questionamentos constantes a respeito das metodologias que deveriam ser utilizadas. Entre o início dessa investigação e até aqui, data em que coloco no papel algumas das observações feitas até então, foram várias idas e vindas em processos metodológicos, trocas de caminhos teóricos, mas sempre com a certeza da efervescência no objeto de observação proposto.

Muitas vezes, me questioneei se escolher a produção midiática do grupo baiano seria a melhor opção a seguir. Volta e meia me deparei com vários outros possíveis objetos, o que fez com que alguns deles também passassem pelas linhas das discussões que virão a seguir, compondo aquilo que chamei de arcabouço fronteiro, o *Soundsystem de Bits*, que será melhor explanado ao longo desta dissertação. Contudo, a atração que me fazia olhar para os produtos

desse grupo musical, não vinha apenas da força do meu interesse. A potência dos graves que eclodem não só nos nossos ouvidos, que batem no peito, como os *soundsystems* jamaicanos, e que transcendem nossos olhos e corpos, mesmo que muitas vezes apenas por telas que escorrem pelos dedos, torna inevitável esse constante retorno ao centro dessa pesquisa.

Ao passear por entre entrevistas cedidas por Russo Passapusso, vocalista e principal letrista do grupo, ou por Roberto Barreto, idealizador e responsável pelos *riffs* de guitarra baiana, me deparei algumas vezes com a menção ao termo “antropofagia”. O movimento antropofágico, ao deglutir elementos das culturas estrangeiras com o propósito de insurgir a sua própria consciência cultural, muito se assemelha aos processos criativos de Russo e sua *trupesystem*. Mesmo que beba musicalmente das fontes de *Dub* jamaicano, do *Reggae*, *Ragga*, *Cumbia*, *Axé music* e da guitarrada baiana herdada de Dodô e Osmar, o BaianaSystem cria a sua própria sonoridade, indispensavelmente imagética. Tal questão pode ser notada através da essencialidade da figura de Filipe Cartaxo, diretor artístico que construiu a identidade visual do grupo desde os rascunhos das primeiras músicas, como afirma Barreto²², traduzindo imageticamente cada composição criada.

Poderia ater toda a discussão aqui proposta apenas à fluidez entre imagem e música, tão bem executada por tais artistas. Seria um diálogo que renderia uma boa margem para percorrer durante minhas análises e por isso por muito tempo achei que seria apenas esse o lugar central dos questionamentos. Contudo, mesmo que um dos pontos de chegada desse percurso seja esse, ao observar a trajetória dos dez anos de carreira que une o referido grupo, me deparei com o protagonismo da criação de produtos midiáticos. A partir do uso de redes independentes de divulgação e distribuição, o Baiana construiu uma ponte entre o circuito alternativo e independente a que pertenciam e chegaram a ocupar espaços, tais como os palcos do *Rock in Rio* e *Lollapalozza*, muitas vezes destinados apenas aos artistas do *mainstream*.

A trajetória percorrida pela banda, que surgiu em Salvador em 2009, aponta para o protagonismo do uso das mídias digitais, principalmente alocadas nas redes sociais *online*, como mecanismo de prospecção de suas produções. De modo similar, vários artistas independentes fazem suas produções sem grandes investimentos financeiros e, por não estarem inseridos nos circuitos comerciais de indústria fonográfica, iniciam suas trajetórias explorando esses métodos alternativos de distribuição e divulgação. Desse modo, estabelecem relações que passam a ser cada vez mais propiciadas por aquilo que Lemos (2007) definiu como mídias pós-

²² Disponível em: <<http://www.sopedradamusical.com/trocamos-uma-ideia-com-o-baianasystem-e-suas-duas-cidades-o-disco-mais-interessante-do-ano-no-brasil/>> Acesso em: 05 de novembro de 2018.

massivas²³, as quais a partir de uma nova forma de mobilidade facilitam o acesso, a produção e a circulação de informações em tempo real.

Por mais que atualmente o BaianaSystem tenha transposto as fronteiras do cenário alternativo da música brasileira, com participações até mesmo em uma trilha de novela²⁴ da popular Rede Globo de Televisão, a própria origem do seu nome faz menção a esses espaços de resistência. O *Soundsystem* surge em meados da década de 50, na Jamaica, a partir de *Djs* que reuniam caixas de som e seus toca discos a partir da intenção de levar música para as ruas, por não poderem adentrar outros locais para reproduzirem suas canções. Desse modo, o grupo baiano surgiu com o mesmo propósito de democratização do acesso à música, talvez por isso tenham surgido projetos como o *Navio Pirata*, bloco de carnaval sem cordas que desfila anualmente em Salvador.

Enquanto artistas desfilam pelo circuito Barra-Ondina, atraindo um público que paga altos valores para participar de determinado bloco, o trio elétrico utilizado pelo *Baiana* rompe a tradição das cordas, não só nas questões sociais, mas também transpondo barreiras físicas. A apresentação da banda no carnaval de 2019 foi transmitida pelo seu canal do *Youtube* (Figura 01), na íntegra e utilizando o recurso de vídeo 360° graus, fazendo com que o público pudesse extrair o máximo dessa apresentação, mesmo a milhares de quilômetros da cidade em que ela ocorria.



Figura 01 - Captura de tela da cobertura ao vivo do bloco *Navio Pirata*, no carnaval de 2019
Fonte: Disponível no canal do *Youtube*²⁵ da banda BaianaSystem.

²³ “Diferentemente dos meios de massa, os meios de função pós-massiva permitem a personalização, a publicação e a disseminação de informação de forma não controlada por empresas ou por concessões de Estado” (LE MOS, 2007, p.125).

²⁴ O grupo musical foi convidado a participar da regravação da música *O Segundo Sol*, composto por Nando Reis, mas que ficou conhecido na voz de Cássia Eller, para compor a trilha sonora da novela *Segundo Sol*, exibida em 2018 na Rede Globo.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_rguSbklwC0&t=12924s> Acesso em: 01 de março de 2019

A questão da midiaticização da música, cada vez mais comum no cenário contemporâneo e relevante para disseminar produtos artísticos, incide continuamente nas produções da banda em questão. No início da carreira, o lançamento de *singles*, discos e a agenda de *shows* era ainda muito mais dependente do uso dessas novas mídias para distribuição e divulgação.

Ao pensarmos nesse sentido, como poderíamos explicar o fato de que logo após lançar de forma independente o *EP*²⁶ *Pirata*, em 2013, o grupo recebeu um convite para uma apresentação no Japão? Ou a faixa *Playsom*²⁷ ser utilizada como trilha no jogo de *Playstation Fifa 2016*²⁸, sem a banda ter ainda tanta repercussão no próprio País? É evidente que ao analisarmos o mercado fonográfico, não podemos ignorar o poder de articulações de agentes e de outros profissionais que fazem as conexões entre artistas e contratantes, mas alguns produtos chegariam com maior dificuldade ao conhecimento de pessoas tão distantes de sua origem, se dependessem de uma distribuição apenas em cópias físicas. A partir de considerações como essa, irei traçar o percurso aqui apresentado, a nossa conversa, buscando compreender como a intensificação da midiaticização, sobretudo relacionada às tecnomediações, vem inferindo sobre a indústria fonográfica.

Ao pensar sobre a máquina que engendra textos sincréticos, citada por Santaella e Nöth (2001) e sobre as suas observações a respeito da dissolução entre as fronteiras da visualidade e da sonoridade, percebi que a experiência antropofágica do BaianaSystem, vai muito além de imagens e sons. Como num verdadeiro artefato produtor de sincretismos, as criações do grupo passeiam por uma fluidez de formatos, ferramentas e linguagens, mas tentando continuamente extrair o máximo das possibilidades permitidas por cada plataforma em que estão inseridas, buscando novas formas de criação e quebrando, muitas vezes, padrões de uso pré-determinados.

Em meio a todas essas fusões de estilos e ritmos, embebidas em crônicas sociais diluídas em discursos musicais afiados, passei a olhar para a produção midiática audiovisual do grupo soteropolitano com a consciência de que não se trata de um projeto restritamente musical. Tal fato implica na necessidade de analisar tais produtos sem o descolamento da totalidade desse projeto, percebendo as entrelinhas dessas concepções, usadas em muitos sentidos como espaços de resistência.

²⁶ “A sigla ‘EP’ vem do termo em inglês ‘*extended play*’ e significa uma obra musical que contém mais músicas do que um ‘*single*’. Daí o termo ‘*extended*’, indicando que o EP é um ‘*single*’ estendido, com mais faixas. Normalmente possuem de 4 a 6 faixas, posicionando-se como um intermediário entre um ‘*single*’ e um álbum (que, em geral, possui de 10 a 12 faixas).” Disponível em: <<http://www.voxmusicstudio.com.br/o-que-significa-ep/>> Acesso em: 10 de Julho de 2019.

²⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BK1COIDIoHA>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

²⁸ Um dos mais populares jogos de futebol de videogame do mundo, lançado em setembro de 2015. Disponível em: <https://store.playstation.com/pt-br/product/UP0006-NPUB31710_00-FIFA16PSNDIGITAL> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

Não é banda, apesar dos bons músicos; não é poesia, apesar dos versos certos; não é espetáculo visual, apesar dos belos painéis e luzes; e não é só música, apesar do melhor álbum de 2017, assinado pelo genial *Ganjaman*. Logo, quem critica alguma dessas facetas não entendeu nada. Porque isso tem importância menor do que eles realmente são: BaianaSystem é uma experiência. (PADILHA, 2018, *online*)

Por ter ciência de que se tratam de culturas cada vez mais líquidas e conceitos provisórios, termos utilizados por Cláudio Cardoso de Paiva (2008), um dos pontos que desejo reafirmar é que o diálogo aqui proposto não almeja responder de forma unívoca às respostas das minhas inquietações. Tal escolha pode metaforicamente ter até ligação com o próprio processo de criação das letras das músicas que embalsamaram esta dissertação. Ao questionarem em que cidade você se encaixa, “cidade alta, cidade baixa”²⁹, o BaianaSystem não está dizendo em qual delas você deve se inserir, mas sim incitando-o a refletir sobre as questões que permeiam essa indagação, e é exatamente por esse viés de análise que gostarei aqui de seguir.

3.2 FILOSOFIA PARA UMA MÚSICA DE CÂMERA

Em outros termos: a filosofia da fotografia é necessária porque é a reflexão sobre as possibilidades de se viver livremente no mundo programado por aparelhos, reflexão sobre o significado que o homem pode dar a vida onde tudo é acaso estúpido e rumo a morte absurda. Assim vejo a tarefa da filosofia da fotografia, apontar o caminho da liberdade. Filosofia urgente por ser ela, talvez, a única revolução possível. (FLUSSER, 2002, p.107)

Ao ler algumas das obras de Vilém Flusser (2002; 2008), logo me deparei com os conceitos por ele delimitados, tais como as suas definições de “programa”, “aparelho”, “funcionário”, entre outras tantas que ele aborda em seus escritos, como apontei anteriormente. Contudo, duas observações feitas por ele me chamaram um pouco mais de atenção. A primeira a que farei referência é a de que o aparelho fotográfico serviria como uma base para entendermos os demais aparelhos futuros. Contudo, a base das minhas inquietações de pesquisa está atrelada a relações que estão originalmente interligadas à natureza do campo do audível, em produtos musicais. Então se seguisse guiada por assertivas como essa de Flusser (2002), qual seria a possível ligação que tais produtos teriam com procedimentos metodológicos que priorizassem as questões imagéticas?

Muito me questionaram a respeito do porquê do anseio de enveredar por esse viés de pensamento, tendo em vista que supostamente a filosofia da fotografia deveria ser mais apropriada para guiar reflexões que tivessem no centro de sua discussão objetos fotográficos,

²⁹ BAIANASYSTEM. *Duas Cidades*. Salvador: Máquina de louco, 2016. Disponível: <<https://open.spotify.com/track/0mW4qfi2vus7qErr9jAeFJ?si=-taTGyP6RiOpOAlmiOcNXw>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

ou pelo menos que fossem predominantemente imagéticos. E é justamente daí que parte um dos meus primeiros recortes de discussão. Por mais que a midiatização tenha incidido sobre os mais diversos contextos do mercado fonográfico e venha produzindo diversas alterações nas mediações entre músicos, consumidores e intermediadores, objetivei aqui observar as alterações que ela fomentou a partir de alterações que perpassam por seus produtos audiovisuais, conforme já citei vezes anteriores.

Ao voltar meus olhos novamente para Flusser (2008), encontrei nele mais um motivo para persistir na minha abordagem. Segundo o filósofo tcheco-brasileiro, na imagem técnica³⁰, música e imagem são provenientes de tendências convergentes que estão se unindo, ao mesmo tempo em que se superam mutuamente. Ao lermos assertivas como essa, logo me vem à mente a relação simbiótica entre tais elementos tão bem praticada na junção presente de telões de *led*, luzes, corpos e música que pode ser vivenciada nas apresentações ao vivo do BaianaSystem (Figura 02). Tal simbiose está bem representada também nas composições visuais de Filipe Cartaxo, as quais preenchem o cenário imagético dos *shows*, bem como as telas *touchscream* através das quais vemos as produções criadas para plataformas e as redes sociais *online* nas quais a banda está inserida.



Figura 02 - Apresentação do BaianaSystem na Fundação Progresso, em maio de 2019
Fonte: Imagem retirada do *Facebook*³¹ de Lígia Chaim.

Ao retornar à discussão aqui proposta às conceituações de Flusser, outra definição que fomentou algumas das minhas inquietações está relacionada ao conceito definido por ele de programação.

³⁰ “Imagem produzida por aparelho” (FLUSSER, 2002, p.18).

³¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10219663316798538&set=pb.1385440201.-2207520000.1564246682.&type=3&theater>> Acesso em: 04 de Abril de 2019.

Se considerarmos o aparelho fotográfico sob tal prisma, constataremos que o estar programado é que o caracteriza. As superfícies simbólicas que produz estão, de alguma forma, inscritas previamente (“programadas”, “pré-escritas”) por aqueles que o produziram. [...] O número de potencialidades é grande, mas limitado: é a soma de todas as fotografias fotografáveis por este aparelho (FLUSSER, 2002, p.22).

Ao nos apontar a necessidade de esgotarmos as programações dos aparelhos e de exercitarmos o nosso modo de brincar³², para termos a possibilidade de irmos além do que fora pré-determinado por seus programadores, o referido teórico incitou a minha curiosidade de sabermos como seria possível realizarmos tal fim nesses tempos fluidos e efêmeros.

No entanto, o objetivo foi trabalhar esse conceito para uma aplicação além do que literalmente fora proposto nos escritos *flusserianos*. Assim, utilizei tal significação a partir de um sentido mais amplo do que o relacionado ao verbo programar, empregado para nominar um dos capítulos do *Elogio da Superficialidade* (FLUSSER, 2008). O intuito aqui proposto consistiu em utilizar tal questão em múltiplos sentidos, a pontuando a partir do viés daquilo que é pré-estabelecido como padrões de produção ou uso, instituídos por aqueles que estão no controle dessa programação no cenário musical atual, quer seja a partir de relações de mediação ou programando ferramentas, plataformas e gerenciando a criação de conteúdo.

Ao pensarmos sobre tais questões, logo remeto a experiências que podem ser obtidas no campo empírico. Ao trabalhar com a produção de bandas no cenário independente, por diversas vezes me vi presa às limitações impostas pelo mercado musical regional, ou mesmo às que são impostas pelas ferramentas disponíveis para transmitir *shows* ao vivo, distribuir vídeos e divulgar as produções das bandas. Enquanto muitos artistas pertencentes ao *mainstream* já iniciam suas carreiras com o suporte de bons investimentos empresariais que injetam dinheiro para prospectar mais rapidamente seus produtos, artistas independentes não costumam ter facilmente suas canções tocadas no circuito tradicional de rádios, por exemplo. Para que quebrem esses limites, sem que precisem pagar jabá³³ para rádios ou canais de televisão, muitas vezes dependem da distribuição de seus discos, *singles* e vídeos por métodos *P2P*³⁴, através de *streaming* ou disponibilizam seus materiais no *Youtube* e em outras plataformas gratuitas.

³² O aparelho fotográfico ilustra o fato: enquanto objeto, está programado para produzir, automaticamente, fotografias. Neste aspecto, é instrumento inteligente. E o fotógrafo, emancipado do trabalho, é liberado para brincar com o aparelho (FLUSSER, 2002, p.24).

³³ Prática financeira realizada por músicos, agentes e gravadoras para que determinados artistas tenham maior espaço na programação de programas de rádio e televisão e assim tenham uma maior visibilidade nesses meios de comunicação.

³⁴ Um tipo de rede de computadores que permite transferência de arquivos que sejam independentes do servidor central, ocorrendo entre computadores e cliente. Disponível em: <https://www.gta.ufrj.br/grad/04_1/p2p/> Acesso em: 20 de Julho de 2018.

A própria trajetória do artista que contém o objeto de estudo dessa pesquisa perpassa por esses espaços de resistência e pela busca por atuar além do que é pré-determinado. Mesmo que suas produções já apareçam em programas televisivos, que seus integrantes participem de entrevistas com apresentadores de canais abertos ou que suas músicas sejam executadas nas rádios, até que fossem possíveis tais feitos, o BaianaSystem lançou seus discos de forma independente, os distribuiu através de *sites* de compartilhamento e plataformas digitais e usou amplamente as suas redes sociais na *internet* para divulgar tais produtos.

Ao falar sobre programação, outro ponto merece destaque. Além de termos que nos adaptar às limitações impostas pelos programas, é preciso observar que há também o caminho inverso. Peguemos, por exemplo, o *Instagram*. Ao surgir, tal rede social tinha por intuito inicial ser mais uma opção, dentre várias já existentes, de rede de compartilhamento de imagens pessoais e não dispunha de muitas ferramentas para criação. Entretanto, a partir de algumas possibilidades que surgiram a partir do uso de seus usuários, a plataforma foi sendo adaptada às novas necessidades de seus utilizadores e conseqüentemente passou a ter diversos usos além dos inicialmente pré-estabelecidos.

Por conseguinte, mesmo com tais limites, o papel do indivíduo que brinca com as possibilidades que lhes são dadas é ser o agente que busca caminhar por entre as frestas, procurando os espaços vazios ou ainda pouco explorados. Nesse constante brincar, devemos buscar as situações que tratam-se de apropriação criativa ou expandida, dentro do espectro das possibilidades pré-determinadas, a fim de entendermos as programações vigentes.

Desse modo, o que recortei da filosofia da fotografia para utilizar como viés metodológico são seus conceitos-chave, explanados anteriormente. Ao beber da sua fonte, olhei para os efeitos da midiaticização e das tecnomediações de uma outra forma, percebendo que muitas das mudanças ocasionadas na produção do mercado fonográfico são resultantes dessa urgência das imagens técnicas, mas compreendendo que existem programações que incidem sobre relações de mercado, em ferramentas ou no modo de utilizar linguagens. Contudo, seguirei acreditando que há sempre a possibilidade de quebrarmos tais barreiras, em busca desse caminho da liberdade, dessa única revolução possível, a que nos falava o filósofo tcheco-brasileiro.

3.3 UM NOVO ETHOS PARA A MÚSICA: ENTRE DESTARTES E VERTIGENS

“Dei-me conta de que os fios cortados me tinham alimentado, e que estava sendo projetado para a liberdade. Fui tomado pela vertigem da liberdade, a qual se manifesta pela inversão da pergunta “livre de quê” em “livre para fazer o quê”. E assim somos todos os migrantes: seres tomados de vertigem. (FLUSSER, 2002, p.63)

Em meio às céleres mudanças que ocorrem ao nosso redor, percebo o protagonismo da mídia cada vez mais evidenciado no contexto contemporâneo. Enquanto um integrante da classe média lê um livro, por exemplo, escuta com fones de ouvido seus discos prediletos, ao mesmo tempo em que vê através da sua visão periférica e da televisão ligada no fim da sala, as notícias do dia. Por vezes, somos interrompidos por notificações que surgem das redes sociais *online*, que comunicam sobre o cotidiano das pessoas ao redor e mediam as principais fontes de informação e comunicação atuais. Entretanto, por mais que esses processos tenham se intensificado com a efervescência contemporânea, Muniz Sodré (2001) ao fazer referência à obra *Ética a Nicômaco* de Aristóteles, já nos alertava sobre a formação de um novo *ethos*³⁵. Através dele, as relações em sociedade seriam construídas a partir das relações tecnomediadas entre os indivíduos.

Logo nas primeiras páginas de sua *Ética a Nicômaco*, Aristóteles distingue, a exemplo do que já fizera Platão no *Filebo*, três gêneros de existência (*bios*) na *Pólis*: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo). Cada *bios* é, assim, um gênero qualificativo, um âmbito onde se desenrola a existência humana, determinado por Aristóteles a partir do Bem (*to agathon*) e da felicidade (*eudaimonia*) aspirados pela comunidade. [...] Louvando-se na classificação aristotélica, a mediação ser pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de quarto âmbito existencial, onde predomina (muito pouco aristotelicamente) a esfera dos negócios, com uma qualificação cultural própria (a “tecnocultura”). O que já se fazia presente, por meio da mídia tradicional e do mercado, no *ethos* abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital. (SODRÉ, 2001, p.116)

Contudo, mesmo que essas mediações sejam cada vez mais digitais ou compostas por algoritmos, o que pode remeter à questão tecnicista, é preciso compreender que é através do uso social³⁶, como reportado por Braga (2012) que tais relações podem ser transformadas e fomentar novos usos e potencialidades. O *Instagram*, já tão citado até aqui, está sendo moldado a fim de transcender seu propósito inicial e, para além de seus próprios interesses empresariais, passa também a atender a novas demandas a partir dos anseios de seus adeptos. Em consonância a isso, passou a ser uma das principais redes sociais *online* utilizadas no cenário atual e crescentemente explorada pelo mercado musical.

Nesse sentido, segundo Leonardo de Marchi (2011), a indústria da música ingressou no que denomina como fase pós-industrial, caracterizada pela produção e distribuição imaterial em

³⁵ “Consciência atuante e objetiva de um grupo social, [...] instância de regulação das identidades individuais e coletivas” (SODRÉ, 2002, p. 45).

³⁶ “Sobre a tecnologia disponibilizada é preciso ainda que se desenvolvam invenções sociais de direcionamento interacional. Essas invenções são, talvez, a parte mais importante da questão. É porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas se desenvolvem – na engenharia e na conformação social” (BRAGA, 2012, p. 36).

rede. As relações de aquisição de ingressos para apresentações musicais, compra de discos ou mesmo a espera pelo horário em que certos artistas passariam em programas televisivos de videocliques ganharam novas possibilidades com a intensificação da midiáticação, a qual foi colocada como forma de mediação dessas possibilidades.

A partir desse viés, percebi a interligação entre tal fenômeno comunicacional e o surgimento de tecnologias da comunicação pois, segundo Laan Mendes Barros (2012), a partir do surgimento de novas maneiras de uso, o espaço social e as práticas nele presentes são reestruturados. Logo, nessa mesma linha de pensamento, com as práticas e produções do mercado fonográfico não tem sido diferente. Muitas das relações que antes dependiam exclusivamente da materialidade de suportes físicos, tiveram suas estruturas alteradas por conta da emergência das mídias digitais, as quais permitem que um simples *smartphone* proporcione uma extensa gama de possibilidades de produção e consumo de múltiplas mídias. O artista independente que antes precisava prensar seus discos, pagar intermediadores e envolver vários profissionais para produzir seus conteúdos, pode ter ao alcance das mãos, ou melhor, dos dedos, um aparelho através do qual ele “quebra” essas programações e passa a conceber seus produtos.

Ao pensarmos a respeito desse aparato técnico, podemos enxergá-lo ainda como uma ferramenta convergente sincrética, que reúne em seu entorno processos culturais intermediáticos. Além disso, a partir de processos como os de remediação³⁷ e remixagem³⁸, sobre os quais me debruçarei em um próximo momento, diferentes mídias passam a coexistir no mesmo espaço, dialogando intensamente entre si e se retroalimentando. Peguemos, por exemplo, o *Instagram* de artistas como o BaianaSystem. Em um mesmo perfil, temos reconfigurados rádio e televisão, que através da *IGTV*³⁹ e de outras ferramentas do seu perfil, conteúdos que carregam em sua origem características basilares dessas mídias são compartilhados, sendo apresentados de forma convergente e, muitas vezes, híbrida.

Nesse contexto, explanando mais detalhadamente, a midiáticação ocorre quando a partir de relações tecnomediadas, as práticas do mercado fonográfico são reconfiguradas, fazendo com que artistas se apropriem dessas novas ferramentas modificando a forma como produzem e distribuem seus conteúdos artísticos e no modo como estabelecem as relações de mediação

³⁷ MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cabbmbridge, MA; London, England, The MIT Press, 2001.

³⁸ BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: Th e MIT Press, 2000.

³⁹ Ferramenta do *Instagram* lançada em 20 de junho de 2018. Para mais informações: <<https://instagram-press.com/blog/2018/06/20/welcome-to-igtv/>> Acesso em: 29 jun. 2018.

entre seus interagentes. Ao invés de lançarem discos em rádios FM⁴⁰ ou videoclipes na *MTV*, passaram a disponibilizá-los, prioritariamente, nas ondas do mar de curtidas e visualizações *online*. As transmissões em tempo real de festivais de música e de outros conteúdos com esse caráter instantâneo, antes transmitidos por canais televisivos, são reconfiguradas para propiciar o ao vivo nas redes sociais na *internet*, através de *stories*⁴¹ e conteúdos disponibilizados na *timeline*⁴² das páginas desses artistas. Assim, tais relações passam gradativamente a atender ao critério da *bios midiática*⁴³ de Sodré (2001), sendo configuradas em interfaces repletas de *bits* e *bytes*.

Após entender as pontua es anteriores, voltemos ao início. Comecei essa conversa explanando um pouco sobre as características intr secas às produ es do BaianaSystem e citamos o modo antropofágico com o qual o grupo busca criar suas composi es. De certo modo, na base da antropofagia está a a o de deglutir diferentes culturas e processos e   a partir desse ponto que olhei para as tecnomedia es e a midiatiza o, sendo essa última aqui abordada de forma fluída enquanto papel teórico e percurso metodológico. Por conseguinte, a compreendi como fenômeno da comunica o que está diluindo as fronteiras de formatos, linguagens e est ticas.

Todavia, o mote principal proposto foi percebê-la enquanto agente responsável por tal altera o e que inevitavelmente altera modos de produ o e as rela es de programa o, que já citei diversas vezes, através dos quais observei a incidência das práticas midiatizadas no mercado musical. Destarte, de modo quase que antropofágico e inspirada no modo com o qual a banda baiana faz as suas concep es, degluti o máximo possível da simbiose das letras, imagens e sons, dos objetos aqui apresentados. Por conseguinte, busquei traçar caminhos que viabilizassem esses produtos midiatizados no cenário musical e, que apesar de passarem por máquinas sincréticas, trazem   tona o protagonismo das produ es audiovisuais nesse setor.

Ao falar metaforicamente sobre os tempos atuais, Flusser (2008) através de analogias os compara a um colar que, ao ter seus fios condutores desintegrados, tem suas pedrinhas soltas e amontoadas em composi es caóticas. O intuito aqui proposto não   de ser a mão que cata

⁴⁰ Rádios com difusão por meio da Frequência Modulada, mais resistente às interferências de outros tipos de ondas eletromagnéticas, possuindo uma qualidade sonora mais alta. Disponível em: <<https://www.brlogic.com/blog/am-fm-web/>> Acesso em: 07 de Fevereiro de 2019.

⁴¹ Recurso do *Instagram* cuja principal característica   propiciar a cria o de conteúdos que ficam disponíveis para os usuários e a sua rede de seguidores por um período de 24 horas.

⁴² Refere-se   linha do tempo que comporta as publica es dos usuários disponibilizadas em redes sociais online e utilizada na maioria dos *sites* e aplicativos contemporâneos.

⁴³ “a midiatiza o passa a ser pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo bios, uma espécie de quarto âmbito existencial [...] O que já se fazia presente, por meio da m dia tradicional e do mercado, no *ethos* abrangente do consumo, consolida-se hoje com novas propriedades por meio da técnica digital” (SODRÉ, 2001, p.116).

esses compostos e os reorganiza de determinado modo que uma composição final seja entregue ao término dessa leitura. Contudo, tentei nessa dissertação compreender quais são as características desse fio, bem como as possibilidades de encaixe dessas contas, propiciando a possibilidade de que cada interpretante desse texto faça o seu próprio colar, a partir do folhear das próximas páginas e das reflexões que almejei alcançar. Desejo que ao fim da nossa conversa, propiciar possíveis saltos rumo a novos níveis de entendimento, assim como já ansiava Vilém Flusser, mas sempre em busca da liberdade, mesmo ainda que sejamos seres tomados de vertigem⁴⁴.

⁴⁴ Dei-me conta de que os fios cortados me tinham alimentado, e que estava sendo projetado para a liberdade. Fui tomado pela vertigem da liberdade, a qual se manifesta pela inversão da pergunta “livre de quê” em “livre para fazer o quê”. E assim somos todos os migrantes: seres tomados de vertigem” (FLUSSER, 2002, p.63).

4 TECNOMEDIAÇÕES: A MUDIATIZAÇÃO ENQUANTO MEDIAÇÃO DO CENÁRIO MUSICAL CONTEMPORÂNEO

Mesmo que tenha dito que o intuito desta dissertação foi indicar possibilidades de entendimento, ao invés de apontar um único caminho de compreensão, alguns passos neste percurso são inevitáveis. Ao continuar o nosso diálogo, preciso voltar a algumas discussões mais basilares, pois possivelmente elas propiciarão uma visão mais ampla do contexto geral em que está inserido o objeto de estudo proposto e quais são as suas zonas limítrofes. Desse modo, neste primeiro ponto abordarei os aspectos relacionados aos percursos que levaram a midiaticização, através das tecnomediações, a alterar os modos de mediação do cenário musical contemporâneo.

Por falar em música, na vitrola a agulha traz à tona os versos e o psicotropicalismo pernambucano de *Ave Sangria*, em mais uma dessas noites de insônia e pesquisa. A textura do som propiciada pelo deslizar rotacional do disco de vinil foi escolhida por conta do saudosismo nutrido dessa relação entre musicalidades e suas possibilidades de experiência. Contudo, propiciar esse tipo de escuta ritualística⁴⁵ atualmente está mais atrelado a uma escolha estética, do que a um padrão de reprodução musical contemporâneo. A prática de aquisição de discos desse formato, em décadas passadas, estava atrelada ao ritual de escolher o álbum pretendido, ir à determinada loja e adquiri-lo antes mesmo de ouvi-lo, motivados por críticas feitas ao trabalho pela imprensa e no puro intuito de ter as expectativas correspondidas.

Em tempos mais remotos, anteriores ao rádio e a serviços de *streaming*, a maneira de consumir música ou adquiri-la resumia-se a ir a concertos ao vivo e vivenciar apresentações fugazes. Na década de quarenta, dizer a um ouvinte que anos depois seria possível ter acesso a milhares e milhares de discos para ouvir, das mais longínquas localidades e diferentes culturas, ao alcance de um clique e sem precisar comprar cada unidade pretendida, poderia ser algo improvável. Bem como adentrar em uma loja, na qual você pudesse ter acesso a diferentes acervos de música, podendo trocar de faixa em segundos até achar aquela que você procura ou que te indicaram, pagando uma taxa única mensal, por exemplo.

A experiência musical e a relação entre público consumidor e esses produtos midiáticos diferia muito da prática doméstica atual. Aplicativos como o *Spotify* e o *Deezer*⁴⁶, os quais tem

⁴⁵ Ao falarmos sobre relações ritualísticas, estou me referindo à uma espécie de relação contemplativa, na qual a ação de realizar práticas é executada com máxima atenção, atendo-se aos detalhes e a cada fase dos processos que a envolvem.

⁴⁶ Serviço de *streaming* de áudio, semelhante ao *Spotify*, criado por Daniel Marhely, em 2006 na França. A empresa fechou acordo com várias outras de telecomunicações, fato que propiciou um maior alcance de público e a tornou

pouco mais de uma década de criação e oferecem gravações em catálogos virtuais, propiciam relações inimagináveis nesse período ou na época do fonógrafo de Thomas Edison.

Em meados dos anos 2000, vivenciei várias das melhores memórias afetivas da minha infância. Nesse tempo, as tardes no quarto pequeno dos fundos da casa da minha avó eram preenchidas por um pequeno *microsystem* que permitia gravar em fitas cassete⁴⁷ faixas da programação diária das estações de rádio. Entretanto, para fazer as gravações era necessário esperar que os programas reproduzissem espontaneamente as músicas que eu queria gravar, ou gastar vários cartões telefônicos em ligações para fazer parte dos pedidos dos ouvintes. Além disso, comecei a perceber que *Smells Like Teen Spirit* bem como outros *hits* do Nirvana, não passavam logo após o almoço em sintonias do interior do Ceará. Caso eu os quisesse nos meus “compactos caseiros”, precisaria ligar o rádio em horários noturnos, pois eram os momentos em que os programas costumavam tocar *Rock n’Roll*. Hoje em dia, em minutos pelo celular, escutamos, gravamos e compartilhamos milhares de arquivos, no momento em que quisermos.

O desenvolvimento tecnológico torna mais acessível escutar música e é o ponto fundamental nas mudanças da fruição musical. Desde o surgimento do fonógrafo em 1877, que permitiu a gravação e reprodução de sons e que levou a propagação da música para uma ordem doméstica. Depois com a reprodutibilidade técnica permitida pelo gramofone, que torna possível uma indústria fonográfica massiva, que se transforma através dos formatos físicos de reprodução desde o LP até a entrada das tecnologias digitais com o CD (MINHAVA, 2017, p.1).



Figura 03 - Gráfico de progressão dos formatos de distribuição
Fonte: Arquivo pessoal.

uma das plataformas mais acessadas atualmente. Disponível em: <<https://www.cissamagazine.com.br/blog/conheca-o-deezer>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

⁴⁷ De acordo com Sastre e Martel (2016), o cassete foi lançada em 1963 pela empresa *Philips* e era “formado por dois carretéis, uma fita magnética e um envoltório plástico desenvolvido para posicionar a passagem da fita pelo leitor (cabecote) do rádio. Para que fosse possível escutar o álbum desde o início, era necessário rebobinar a fita magnética e colocá-la na posição de origem” (SASTRE; MARTEL, 2016, p.125).

Ao pensar, há mais de dois séculos, a respeito de processos de combustão e o princípio da conservação das massas⁴⁸, Lavoisier já nos dava um mote através do qual podemos pensar cada uma das transformações midiáticas a que somos expostos. Ao enveredarmos por essa linha de pensamento, podemos percebermos que as práticas e as mídias não surgem a partir de processos inéditos, ou são extintas completamente, mas sim fruto de reconfigurações e adaptações, quer sejam tecnológicas, quer sejam de processos sociais.

Ao pensarmos na questão da digitalização do som, tão importante para as novas formas de difusão que surgem e que passa por possibilidades propiciadas por tecnologias, percebemos as dissonâncias entre o que se experimenta atualmente e os tempos em que o som era fixado nos cilindros giratórios de cera de Edison. Nesse período, as canções muitas vezes tinham que ser gravadas em frequências diferentes das executadas em performances ao vivo, para evitar a origem de sulcos mais largos e profundos que faziam as agulhas dos fonógrafos pularem durante a rotação do disco. Por conseguinte, ainda de acordo com Byrne (2014), tais questões limitavam estes elementos sonoros ou os instrumentos que poderiam ser gravados e conseqüentemente a música tinha que moldar-se à nova tecnologia.

Ao continuar refletindo sobre frequências, pensemos nos *grooves* e graves do BaianaSystem e na fusão quase mística que une essas vibrações aos elementos imagéticos explorados em seus *shows*. Entre fresnéis e outros refletores conduzidos pela iluminadora Lígia Chaim⁴⁹, painéis de *Led* performam em consonância com tais elementos, letras e sons (Figura 04). Por conseguinte, as criações musicais da banda são pensadas ou adaptadas a partir de diálogos possíveis com suas representações imagéticas pois, segundo Roberto Barreto em entrevista⁵⁰ cedida à TV Brasil, muitos problemas musicais foram resolvidos a partir desse dialogismo com os recursos visuais. Desse modo, remover o caráter audiovisual dessas apresentações é reduzir a essência desse produto sincrético, almejado por Filipe Cartaxo e seus parceiros de banda.

Todavia, dissertar a respeito de que as mídias se adaptam e ocasionam reorganizações é uma constatação distante de ineditismo. Mesmo que as explicações introdutórias feitas até aqui sejam referentes às alterações ocasionadas por transformações nos suportes e modos de gravação, ou uso de diferentes linguagens e estéticas, utilizei esse *modus operandi* a fim de

⁴⁸ "Na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma" (LAVOISIER *apud* SANTOS, 2015, p.66).

⁴⁹ Iluminadora com experiência de quase 20 anos de carreira, assinando diversos projetos de iluminação cênica voltados para espetáculos de música, teatro e dança. Dentre os artistas que assina a luz de suas apresentações estão situados o BaianaSystem, a cantora Mariana Aydar e a Orquestra Brasileira de Música Jamaicana. Disponível em: <<https://www.worldcreativityday.com/brazil/sao-paulo/atividades/bate-papo-com-ligia-chaim>> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

⁵⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=SZnxrmIK4AY>> Acesso em: 15 Mar. 2019.

direcionar a leitura nos mesmos caminhos do pensamento *lavoisieriano*, citado anteriormente. Desse modo, tenhamos em mente que por mais que novas mídias sejam concebidas, carregam em sua base características daquelas que lhe deram origem, fomentando graus de hereditariedade que se apresentam em suas práticas:

A nova vanguarda não se preocupa mais em ver ou representar o mundo de novas maneiras, mas em estabelecer o acesso a mídias anteriormente acumuladas e em usá-las de novas maneiras. Nesse aspectos, a nova mídia é pós-mídia ou metamídia, já que usa antigas mídias como seu material primário (MANOVICH, 2005, p.46).

Ao pensar na incidência de tais questões nas produções musicais e na indústria fonográfica em si, percebi caminhos semelhantes ao que ocorrera com o cinema e a televisão. No primeiro caso, Alice Guy⁵¹ provavelmente não almejava extinguir as práticas teatrais ao sugerir explorar recursos narrativos através do uso do cinematógrafo, mas sim propor novas abordagens para o aparelho cuja invenção é questionavelmente creditada aos irmãos *Lumière*. Da mesma forma, o surgimento da televisão fomentou um grande receio nos realizadores cinematográficos, pois acreditava-se que tal invenção impactaria sobretudo nos modos de consumo da sétima arte.

Por conseguinte, podemos dizer que o que ocorrera foram absorções de características da mídia anterior pela nova que surgia, as quais levaram à criação de híbridos, dentre os quais estão os de linguagem, propiciando o surgimento de novos produtos. *O Auto da Compadecida* (2000)⁵², filme longa-metragem de ficção dirigido por Guel Arraes, é fruto de uma adaptação da minissérie produzida pela Rede Globo de Televisão, a qual por sua vez foi inspirada na peça teatral de nome homônimo de Ariano Suassuna. Ainda nesse sentido, de retroalimentação entre diferentes linguagens midiáticas, temos os telefilmes ou as séries televisivas que são compactadas em filmes, como no caso de diversas produções da *Globo Play*⁵³ que transitam entre espaços virtuais e a grade televisiva da emissora.

Ao surgirem, as novas mídias não trazem consigo uma cartilha de orientação explanando suas possíveis codificações ou sugerindo as experimentações a serem realizadas. Do mesmo

⁵¹ Cineasta francesa, nascida em 1873, foi pioneira na exploração dos recursos narrativos do cinematógrafo e na criação dos filmes de ficção, tais como *La Fee Aux Choux*, primeira obra a combinar a ficção teatral e imagens em movimento. Além disso, foi uma das primeiras a utilizar efeitos especiais, fazendo uso de dupla exposição e técnicas de máscaras, a introduzir os primórdios da técnica de montagem cinematográfica e a sincronizar o som de um *Chronophone* às imagens. Dentre as temáticas que explorava, destacou em suas produções a homossexualidade, a maternidade, o papel das mulheres na sociedade e as questões raciais e de gênero (ROSENROT, 2019).

⁵² AUTO da Compadecida. Direção de Guel Arraes. 2000. (104 min.), son., color.

⁵³ “Plataforma digital de entretenimento na qual você pode assistir séries internacionais, filmes, desenhos e séries do *Gloob*, produções exclusivas e programação completa da TV Globo.” Disponível em: <<http://centraldeajuda.globo.com/ajuda-isp/Globoplay/Acesso-e-Cadastro/noticia/2015/10/o-que-e-o-globo-play.html>> Acesso em: 05 de Junho de 2019.

modo que o rádio, que surgiu como forma de comunicação ponto a ponto para só posteriormente se desenvolver enquanto componente da indústria de entretenimento, a atual midiatização do cenário musical perpassa por entre erros e acertos mediados pelas condições tecnológicas, mas principalmente por seus usos sociais. Destarte, novas possibilidades são fomentadas, passando a integrar conceitos basilares dessas mídias, mas muitas vezes nem ao menos sabemos suas origens.

O percurso de transição que tirou o poder das mídias de massa e das grandes gravadoras, bem como fez com que plataformas de *streaming* e transmissões via redes sociais *online* se tornassem espaços de autogestão dos artistas musicais foi construído paulatinamente. As mudanças dos modos de mediação, as quais serão melhor abordadas em um momento posterior, passaram por diversos momentos de transição, para que chegássemos ao cenário atual: imagético, fluido e com uma liberdade maior para os seus participantes. Nesse cenário, onde as diversas possibilidades de escolha do usuário passam a despertar o interesse dos antigos detentores do poder, alterando programações do sistema vigente, gravadoras e até os artistas mais tradicionais são convidados a reinvenção, para não serem engolidos por essa diversidade de perspectivas.

Antes de seguir para os próximos pontos, reitero a necessidade de nos distanciar de pensamentos de cunho apocalíptico frente às inovações, já externados por Marshall McLuhan (1964), ou que pontuem o surgimento de uma mídia enquanto extintora das anteriores. Dialoguemos com as novas perspectivas na ambiência sociocomunicacional, compreendendo que “o conteúdo de uma mídia é sempre outra mídia”, assim como nos apontou McLuhan (*apud* Kittler, 2016, p.33).

Ainda em consonância a discursos anteriores, recordemos o prefácio da obra *Mediação & Midiatização*, organizado por Mattos, Janotti Junior e Jacks (2012). Ao ler a parábola⁵⁴ do semeador e os pensamentos de Platão, compreendi através dela a dúvida metodológica na qual a civilização contemporânea está embebida, ao transitar entre embates de disseminação e diálogo, evidenciadas por John Peters (1999) e citados na obra de Mattos *et al* (2012). Por mais

⁵⁴ “Tanto para Platão como para os Evangelhos sinópticos, as palavras são sementes que devem ser semeadas para poderem dar frutos abundantes, mas na parábola do semeador, devem ser disseminadas, generosamente espalhadas aos quatro cantos, ao passo que para Sócrates, a julgar pelo testemunho de Platão, não devem ser desperdiçadas, mas plantadas apenas em terreno fértil e onde possam ser cuidadosamente protegidas. Para os evangelhos sinópticos, não se deve deixar nenhum terreno sem a possibilidade de receber as palavras, mesmo correndo o risco de algumas caírem nos caminhos, entre os espinhos ou entre as pedras, deixando assim que cada terreno as faça germinar de acordo com o seu grau de fecundidade, que cada terreno se aproprie delas de acordo com a sua capacidade. Já para Platão, as palavras devem ser semeadas apenas nos terrenos capazes de as fazerem frutificar, plantando-as no terreno fértil dos jardins de Adónis, nos jardins onde elas possam encontrar o húmus fertilizador, receber os cuidados apropriados, germinar e dar fruto” (RODRIGUES, p.12, 2012).

que a metáfora ali utilizada refira-se às palavras, podemos trazê-la para o contexto de discussão aqui proposto. Devido à efemeridade dos conceitos midiáticos contemporâneos, caminhamos em solo movediço ao mesmo tempo em que, muitas vezes, agimos em conformidade à parábola do semeador, testando indiscriminadamente possibilidades ansiando que germinem. Contudo, objetivei aqui perceber possíveis solos mais férteis, nos quais a midiática do cenário musical pode continuar a se desenvolver.

Por mais que o enfoque que propus tenha como recorte a relação das práticas midiáticas relacionadas à produção audiovisual do setor musical, precisei perceber seus impactos no referido *locus*, de modo mais geral, para que fosse possível visualizar as temáticas abordadas a partir de uma ótica mais abrangente, antes de seguir para o afinamento dos meus questionamentos de pesquisa. A partir do intuito de traçar um melhor delineamento dos percursos que me trouxeram até o contexto atual, compreendi algumas cisões ocorridas em processos pré-determinados das formas vigentes do cenário musical.

Para tal fim, compreendi como ocorreram os processos de alteração de mediação nas relações entre músicos e consumidores. Posteriormente, percebi como a indústria fonográfica absorve as novas possibilidades que surgem com o intuito de adaptar-se às mudanças midiáticas, para entender paralelamente alguns conceitos basilares do conceito de mediação. De acordo com o descrito na abordagem metodológica que propus, busquei prioritariamente reportar experiências audiovisuais e imagéticas, através de exemplificações práticas de aplicação empírica, mas não me restringi a elas.

Por certo, ao pensar sobre todas essas questões e sugerir esses percursos metodológicos, lembrei o pensamento de Kierkegaard (O DESPERTAR DE MCLUHAN, 2002): “A vida só pode ser entendida olhando para trás, mas deve ser vivida olhando para frente”. Por isso, continuemos aqui nesse constante transitar entre passado e os tempos atuais, com o propósito de compreendermos o que nos espera, afinal “o futuro não demora”⁵⁵.

4.1 RETROVISOR: UM OLHAR SOBRE AS ALTERAÇÕES NOS MODOS DE MEDIAÇÃO

Terminei o ponto anterior fazendo menção ao início da música que fecha o disco mais recente do BaianaSystem, de título homônimo, e ao pensamento de Kierkegaard, citado no documentário *O despertar de McLuhan* (2002), dirigido por Kevin McMahon. De fato, se

⁵⁵ Referência ao título do álbum da banda BaianaSystem, lançado em 2019.

pensarmos na velocidade com que ocorrem as mudanças na sociedade contemporânea, filmes como *Blade Runner – O caçador de Androides*⁵⁶ (1982), não nos parecerão tão longínquos. Todavia, assim como a frase do pensador dinamarquês citada, para compreendermos para onde nos levam os caminhos da midiatização do cenário musical contemporâneo, precisamos retornar a mudanças precedentes como quem as observa por um retrovisor. Por mais que estejamos conversando a partir de um viés de observação das práticas midiatizadas, temos que compreender que na base dessas alterações está a percepção das alterações nos modos de mediação dessas experiências sociocomunicativas. Ao pensar de forma inicial sobre isso, é preciso perceber a forma como ocorreram as alterações das relações mediadas no campo da comunicação.

Na década de 90, as televisões foram invadidas por uma ilusionista mirim que buscava hipnotizar os espectadores através de um pêndulo de chocolate. A empresa de chocolates Garoto, através do *merchandising* “Compre baton”⁵⁷, explorava a publicidade que visava o entorpecimento do público consumidor de modo indiscriminado, assim como proposto por algumas das teorias da comunicação, tais como a teoria hipodérmica. De acordo com Luís Mauro Sá Martino (2009), essa conceituação pontuava uma abordagem passiva do ponto de vista do receptor das mensagens, na qual a mídia teria seus conteúdos absorvidos de forma igualitária entre os receptores. Desse modo, assim como o teorizado por Laswell (*apud* HOHLFEDT; MARTINO e FRANÇA, 2010, p. 125), os produtos midiáticos exploravam a passividade do consumidor.

Contudo, as estruturas comunicacionais foram sendo alteradas a partir da observação de diferentes comportamentos do receptor, surgindo preocupações tais como as mediações comunicativas da cultura, pois segundo Jesús Martín-Barbero (2003) precisaríamos perceber que o comunicativo está se tornando protagonista, em detrimento à priorização dos meios. Desse modo, preocupações tais como a cotidianidade familiar, a competência familiar e a temporalidade social, evidenciadas pelo teórico espanhol, passam a ser levadas em consideração na fomentação de produtos midiáticos.

As pontuações iniciais feitas aqui acerca das alterações nos modos de mediação servem para percebermos a quebra na padronização da relação entre os protagonistas das relações comunicativas, ou seja, o produtor da mensagem e seu devido receptor. Nesse caso, a partir da

⁵⁶ Clássico do cinema mundial, de 1982, dirigido por Ridley Scott, o qual trata de uma visão futurista da cidade de *Los Angeles*, em 2019. *BLADE RUNNER*. Direção de Ridley Scott. Estados Unidos, 1982. (117 min.), son., color. Legendado.

⁵⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sBWu7ibZDVg>> Acesso em: 11 de Junho de 2019.

compreensão de que não podemos tratar de forma única relações que envolvem diferentes agentes comunicacionais, a fim de que reajam àquilo que planejamos do modo esperado, observarei a alteração do caráter da passividade e da quebra de padronizações, as compreendendo a partir das mudanças ocorridas no cenário musical.

4.2 O FUTURO NÃO DEMORA: PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO E A QUEBRA DAS PROGRAMAÇÕES VIGENTES

Ao pesquisar acerca de quando exatamente foi realizada a primeira gravação sonora, encontrei certas disparidades na sua datação. Todavia, estima-se que tenha sido realizada entre 1860, utilizando um fonógrafo⁵⁸ que apesar de registrar sons não os tocava, e *Mary had a Little Lamb*, canção gravada em 1877 por Thomas Edison e considerada a voz gravada e reproduzida mais antiga da história. Contudo, antes que pudesse ser talhada em suportes duráveis, a música era experienciada através de apresentações efêmeras com caráter ritualístico e que se esvaíam após o término de sua execução. Ao passar do tempo, absorvendo as transformações tecnológicas da sociedade e adaptando-se aos meios de comunicação vigentes, passou a ser transmitida e criada através de novas possibilidades e técnicas, deixando de ser apenas um recorte da vida real para tornar-se resquício ambulante voltado para uma diversidade de consumos.

Por mais habituados que estejamos à tecnologia, os processos de captação dos componentes sonoros que viabilizaram novas formas de ouvir música nem sempre foram executados da forma como conhecemos. Na época dos cilindros de cera de Edison, de acordo com Byrne (2014), não existiam tecnologias suficientes que facilitassem o processo de captação em estúdio. A insuficiência de microfones para gravar todos os instrumentos era um dos percalços encontrados, o que fazia com que os componentes de uma banda tivessem que se dividir em torno deles de acordo com a hierarquia de quem ou o que precisava ser captado com maior clareza. Em paralelo a isso, ainda segundo o mesmo autor, era inviável fazer um número maior de cópias, pois estas limitavam-se à quantidade de aparelhos e cilindros de gravação disponíveis, exigindo a execução de uma nova performance a cada nova sessão de captação.

⁵⁸ “O fonógrafo foi inventado pelo francês Édouard-Léon Scott de Martinville, que chegou a criar imagens visuais do som usando uma agulha que se movia com as ondas sonoras e as marcava em um papel coberto de fuligem.” Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/noticias/musica,cancao-de-1860-e-considerada-a-gravacao-mais-antiga-do-mundo,152616>> Acesso em: 20 de Dezembro de 2018.

Pensemos agora nos custos ocasionados por todos esses componentes que mediavam esse formato de funcionamento do cenário musical, bem como o número de profissionais envolvidos ou a quantidade de artefatos tecnológicos necessários para uma única gravação. Por conseguinte, nem todos os artistas tinham acesso às mesmas condições de produção para seus discos, o que restringia a gama de músicos que conseguiam ultrapassar essas mediações e difundirem suas obras.

Anos depois, estúdios físicos, sintetizadores e suas possibilidades de simulação de instrumentos, bem como os processos de mixagem e masterização podem ser concentrados em um único *home studio*⁵⁹, com custos reduzidos e a possibilidade de criações coletivas. Mesmo que a gravação envolva diferentes profissionais, é possível gravar os itens constitutivos de um mesmo fonograma em locações diferentes, trabalhando na produção, muitas vezes, à distância e via *online*. Desse modo, surgem parcerias como a ocorrida entre *Manu Chao* e o *BaianaSystem* para a gravação da faixa *Sulamericano*⁶⁰, do álbum *O Futuro não demora* (2019), facilitadas através da possibilidade de gravações à distância, sem a necessidade que o ambos estivessem presentes no mesmo local, em uma mesma data, para realizar a gravação.

Nesse viés, os modos de mediação sofreram modificações latentes fomentadas pela digitalização, bem como outras tecnomediações que incidiram nessas relações. De acordo com Tatiana Rodrigues Lima (2013, p.239), “a digitalização de toda a cadeia produtiva da música ocasionou uma maior oferta de produtos, incrementada inclusive pelas facilidades que a digitalização trouxe aos produtores independentes”. Contudo, no decorrer do percurso da indústria fonográfica, por vezes existiram espaços de resistência que tentavam cercear a exploração de novas práticas midiáticas. Entretanto, por acreditar que estamos inseridos na *bios midiática*, conceituada por Sodré (2001), a virtualização da comunicação torna-se do mesmo modo vetor de refração das relações do mercado contemporâneo da música.

Entre as manifestações culturais que ganharam novas dimensões com as transformações tecnológicas dos últimos tempos, as expressões musicais estão entre as que foram mais afetadas em seus processos de circulação, consumo e produção (JANOTTI JR; PIRES, 2011, p.8).

As alterações de mediação incidiram sobre os mais diversos setores comunicativos. Contudo, retornando à questão da passividade do receptor, uma das principais alterações ocasionadas por essas novas perspectivas refere-se à necessidade da presença de intermediários

⁵⁹ Espécie de estúdio caseiro de gravação, o qual é instalado em locais que diferem da estrutura tradicional dos grandes estúdios, podendo ser alocado em pequenas salas comerciais ou cômodos da casa dos produtores ou músicos.

⁶⁰ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/4g3eC92vbNjIc9vS7Ye2Ie?si=MfWXONraTQaoRWislpMM3w>> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

nessas relações. Ao propiciar um acesso cada vez mais direto aos produtos e mensagens midiáticas, os indivíduos passam a circular nesse *campus* social de forma mais livre, atuante e tendo mais mecanismos de escolha daquilo a que querem ter acesso. Por conseguinte, essas alterações acabam, muitas vezes, por desaguar em alterações nos processos vigentes, trazendo possibilidades imprevistas e que fogem ao controle dos antigos intermediadores, cabendo, segundo Paiva (2008) ao interagente escolher o modo como devem agir em rede.

Por outro lado, trazendo a questão da mediação das relações estruturais do mercado musical em si, pensemos a respeito de como funcionavam de modo geral as formas de mediação da indústria fonográfica. Durante muitos anos a forma como artistas tinham como chegar à grande mídia era através da intermediação de grandes gravadoras, conhecidas como *majors*. Tais empresas, possuíam o controle do mercado musical por terem maior poder de investimento financeiro e uma ampla rede de escoamento interligada a diversos meios de comunicação, tais como o rádio e a televisão. Mesmo que outros modelos de distribuição existam atualmente, as práticas dessas grandes empresas ainda podem ser percebidas. A Som Livre, gravadora que surgiu com o intuito inicial de conceber trilhas sonoras dos produtos midiáticos da Rede Globo de Televisão, intercambia seus artistas por vários programas do seu canal televisivo, bem como os insere nas rádios que fazem parte do conglomerado do grupo.

A partir desse forte domínio, muitos produtos que fugiam aos padrões comerciais estéticos ou de gênero, acabavam por não terem espaço no catálogo dessas gravadoras e consequentemente precisavam recorrer a outras formas de viabilizar seus produtos. A partir disso, como uma reação a esse aparelhamento da indústria e como forma de resistência, surge o mercado independente de música. Permeado por selos musicais⁶¹, que apesar de serem de certa forma pequenas gravadoras em termos de estrutura e disposição de recursos, abrangem artistas de nichos mais específicos e propiciam contratos mais livres de prazos e metas, bem como para a concepção criativa de produtos.

O Banguela Records, selo criado em 1993 pelo produtor Carlos Eduardo Miranda e alguns integrantes da banda brasileira Titãs, surgiu no contexto do domínio da música sertaneja e seus *hits* que marcaram a década noventista, tais como *Evidências*, de *Chitãozinho e Xororó*. Em meio a esse cenário, vários “olheiros” captavam potenciais

⁶¹ Selos musicais podem ser originados a partir de ramificações menores de uma determinada gravadora, a fim de focar em determinados segmentos musicais, ou através da reunião de artistas para lançar seus trabalhos de forma independente.

artistas a serem contratados e recebiam demos⁶² em fitas cassete de músicos que almejavam fazer parte do *casting* do Banguela. Nesses processos, surgiram álbuns do rock nacional com ampla repercussão e que foram negligenciados por outras gravadoras, como os álbuns *Samba Esquema Noise*⁶³, do Mundo Livre S/A, e *Raimundos*⁶⁴, disco de estreia da banda homônima, lançado em 1994.

A partir da pulverização das *majors* em selos fonográficos e em produções independentes, os moldes de mediação do mercado musical passaram a sofrer rupturas, fazendo com que, segundo Lima (2013) ocorresse uma inversão nos modos de relação entre antigos intermediadores e artistas. Nesse sentido, as gravadoras passaram a buscar artistas que destacavam-se no nicho independente em busca de os contratarem. Se pensarmos nas facilidades propiciadas pelo estabelecimento da digitalização dessas relações, diluídas em *sites* e plataformas, há uma descomplexificação para que esses caminhos de retroalimentação entre eixos da indústria fonográfica sejam estabelecidos. Basta pensarmos que em um curto espaço de tempo, um produtor pode rastrear diferentes potenciais artistas através de catálogos virtuais espalhados em ambientes *online*.

Ao invés de levantarem recursos para gravar artistas, gastarem com mecanismos de divulgação e custearem a distribuição de discos, sem ter a garantia de um retorno financeiro à altura do investimento realizado, muito investidores passaram a ser garimpeiros de *likes* e visualizações, os quais funcionam, no cenário atual, como termômetros para medir potenciais sucessos aptos a serem contratados ou receberem investimentos de grandes gravadoras.

Ao fazer menção a agentes de mediação, André Midani que tornou-se um dos nomes mais fortes da indústria fonográfica brasileira, iniciou a sua carreira indo às lojas de discos apresentar catálogos de artistas e amostras de discos 78 rpm. No cenário contemporâneo, profissões como essa são cada vez mais inexistentes, nesses moldes de caixeiro-viajante, passando a ser reconfiguradas a partir de *sites* e plataformas de distribuição, nos quais diversos artistas independentes fazem por conta própria a sua distribuição, burlando esse sistema mediativo vigente. Em relação às práticas tecnomediadas de consumo desse cenário, seria imprudente permanecer nos mesmos moldes de ação ao deparar-se com o crescimento exponencial da utilização de *streaming* interativo de áudio e vídeos, por exemplo, a qual cresceu

⁶² As demos funcionavam como uma espécie de portfólio de bandas amadoras, captadas de maneira simples e que tinham por objetivo servir como cartão de visitas para os músicos fecharem acordos com gravadoras e agentes do cenário musical para viabilização da investimentos para gravação ou distribuição de seus produtos.

⁶³ Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/3K2owtClhij5rd8N00j0Ie?si=QikciylZREquImxjt2IYIg>> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

⁶⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qiDGz8OZXoU&list=PLF5R5nZLIZopdWrEY-64SxnpZD_TL-IwA> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

de 46% de acordo com dados apresentados no relatório da Pró-Música Brasil⁶⁵ no primeiro semestre de 2019 e com dados que referem-se à avaliação do segmento do ano anterior.

Por mais que práticas como ouvir música através do *Spotify* ou assistir videoclipes, *shows* e entrevistas pelo *Youtube* venham se tornando opções cada vez mais usuais, os antecessores das bases de concepção do *streaming* derivam de modos de ação que ocasionaram impactos similares na estruturação das relações desse cenário. De acordo com Leão e Nakano (2009, p.19), as consequências geradas pela *internet* nos formatos de distribuição do mercado musical remetem à década anterior e suas redes de compartilhamento de arquivos virtuais, geradas sobretudo a partir de programas como o Napster⁶⁶ e seus semelhantes. Entretanto, se lembrarmos do quanto essas possibilidades foram criminalizadas pelos programadores dessa cadeia, compreenderemos essas constantes necessidades de adaptação do mercado. Ao invés dos agentes operarem como um Midani em início de carreira, ou cercearem modos de distribuição não-oficiais, tais como programas de compartilhamento via *P2P*, passam a explorar essas novas formas de sociabilidade para sobreviverem nessa selva contemporânea.

O imenso manancial gerado por essas novas perspectivas incide na alteração das relações entre o *mainstream* e produções independentes. Os modos de mediação anteriormente vigentes, nos quais intermediadores agem para distribuírem e divulgarem seus artistas, sofrem ranhuras. A prática anterior consiste basicamente na estruturação de uma relação verticalizada entre gravadoras e seus artistas. Desse modo, músicos recebiam valores altos para gravarem seus álbuns e essas empresas musicais injetavam verbas para a distribuição e divulgação desse produtos. Contudo, o retorno desse investimento era cobrado através da comprovação de números altos de vendas das cópias físicas, os quais eram essenciais para a manutenção dos artistas no *casting* das gravadoras e liberação posterior de novos investimentos para dar continuidade a projetos futuros desses músicos.

Em um dos relatos expostos por David Byrne (2014), o fundador do *Talking Heads*, os processos de viabilização financeira dos seus discos são expostos. Ao explanar diferentes acordos financeiros (Figura 04) com gravadoras realizados durante a sua carreira, o *frontman* pluriartístico evidencia que o grau de independência dos músicos está condicionado ao valor das cifras investido em seus projetos. Desse modo, por vezes projetos mais experimentais eram descartados pelos investidores, devido ao receio de falta de retorno financeiro.

⁶⁵ Disponível em: <<https://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2019/04/release-brasil-GMR2019-e-mercado-brasileiro-2018.pdf>> Acesso em: 07 de Novembro de 2019.

⁶⁶ Primeiro programa de compartilhamento massivo de arquivos por meio da tecnologia par-a-par, o qual mudou para sempre a história da música (PISCITELLI *apud* Silveira, 2009, p.35).

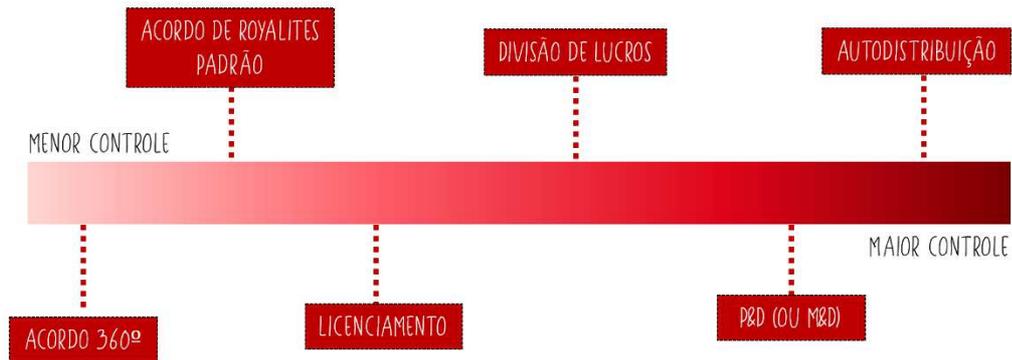


Figura 04 - Modelos de distribuição com diferentes níveis de controle por parte do artista
 Fonte: (BYRNE, p.218, 2014).

Ao citarmos esse caráter experimental, logo condicionamos o nosso pensamento a criações com estéticas que fogem aos padrões tradicionais estabelecidos. Todavia, a desconfiança aplica-se além do cenário alternativo. A cantora Anitta, por exemplo, relatou em uma roda de conversa no *Fire Festival*⁶⁷ que o seu projeto *CheckMate*⁶⁸, que consistiu no lançamento de *singles* acompanhados de videoclipes correspondentes, foi inicialmente preterido por sua equipe de produção. Devido ao receio de ser um projeto com um alto valor de investimento e recepção incerta, a cantora disse que para executar esses produtos teve que contrariar seus agentes e trazer a responsabilidade para si, caso o retorno alcançado diferisse do almejado.

A coletânea audiovisual proposta pela artista e executada nos últimos meses de 2017, foi uma das principais responsáveis pela solidificação de sua carreira no âmbito internacional. Além disso, proporcionou o surgimento de uma série documental na *Netflix*, com bastidores desse projeto e outros conteúdos relacionados às suas produções. Ao julgarmos a eficácia dessas produções a partir do viés das considerações de Byrne (2014), a respeito dos moldes de possibilitam a execução de projetos experimentais, podemos considerar que Anitta atingiu o esperado. Tal constatação está relacionada à recente possibilidade da divulgação de uma nova leva de videoclipes, que compõem a segunda parte de *CheckMate*, e seriam lançados até o final do corrente ano.

Por outro lado, conforme já citei antes, a partir do uso de redes digitais, aumenta-se o panorama de possibilidades disponíveis. O que antes era concentrado em produções pontuais e que recebiam grandes investimentos, devido às estruturas determinadas pelo mercado fonográfico, passa a ser diluído em diferentes produtos, quer sejam do mesmo artista ou de

⁶⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zOFxGRWKUIE>>. Acesso em: 24 Fev. 2019.

⁶⁸ Disponível em: <<https://diversao.r7.com/pop/musica/anitta-encerra-projeto-check-mate-em-dezembro-veja-tudo-que-rolou-10122017>> Acesso em: 15 de Julho de 2018.

diferentes projetos musicais. Desse modo, aquilo que Chris Anderson (2006) denominou como Cauda Longa⁶⁹ é cada vez mais fortalecido, possibilitando às bandas com poder aquisitivo menor ou sem capital de investimento externo romperem essas estruturas programadas de atuação. Por conseguinte, passam a ter maiores possibilidades de difusão dos seus produtos midiáticos, alterando os moldes tradicionais de mediação vigentes e alterando as maneiras de determinar o que virará sucesso de vendas.

Se as fronteiras entre o *mainstream* e as produções independentes estão mais porosas e transponíveis, a permanência em uma determinada posição também é mais instável, diante da profusão de produções que se sucedem nas plataformas virtuais e convencionais que dividem as audiências reduzindo os parâmetros do que se considera sucesso de massas (LIMA, 2013, p.244).

4.3 CONTRA-ATACAR: MODOS DE RESISTÊNCIA DA MÚSICA INDEPENDENTE

Adentrei na discussão acerca dos impactos das mudanças de mediação, utilizando como exemplificações empíricas dois artistas que estão inseridos em um capital financeiro distante da realidade da maioria dos artistas independentes. Pensemos então, através de outros recortes. De acordo com o que já explicitiei aqui, uma das motivações para desenvolver esta dissertação foi ocasionada a partir da vivência de experiências na produção artístico-cultural de bandas do cenário independente de música. Devido a isso, muitas das pontuações aqui postas foram permitidas por conta de observações feitas devido à proximidade a grupos musicais e que através de parcerias possibilitaram algumas vivências práticas.

Em um dos levantamentos feitos por Byrne (2014), para avaliar as possibilidades de financiamento para a produção do disco *Everything That Happens*, consta que seria necessário captar de forma independente no mínimo a quantia de US\$ 315 mil ou conseguir com uma gravadora um dos tipos de acordos financeiros ofertados por ela para distribuição ou produção do disco. Ora, se estou falando aqui sobre mudanças de mediação ocasionadas pelo advento da midiaticização da música, como grupos musicais da cena alternativa e que faziam parte do cotidiano do cenário nordestino independente no qual estamos inseridos, poderiam aplicar essas possibilidades de forma efetiva? Em uma rápida análise, perceberemos que músicos do interior da Paraíba, por exemplo, não teriam a mesma facilidade para arrecadar os mesmos recursos que

⁶⁹ A teoria da Cauda Longa refere-se às transformações incidentes sobretudo nos modos de operação do mercado, os quais vêm passando de uma lógica de massa, em que há um domínio de determinadas empresas, para uma fragmentação composta em nichos. Desse modo, o método de atuação desse cenário deixa de se concentrar em poucos produtos e/ou serviços e passa a atuar ofertando uma gama maior de possibilidades (ANDERSON, 2006).

David Byrne captou para a gravação de seu disco, bem como as cifras onerosas que Anitta levantou para executar o projeto que anteriormente citei.

Façamos um cálculo então: quanto obrigatoriamente seria necessário pagar, no cenário atual, para lançar produtos midiáticos de forma independente? Tenho plena consciência de que projetos que possuam apoios financeiros para distribuição ou divulgação, alcançam patamares altos mais rapidamente e em direcionamentos mais certos, porém não podemos condicionar a execução desses projetos unicamente a essas estratégias pré-determinadas. Ao voltar a algumas das experiências práticas quem embasam minhas inquietações, tomarei como aporte empírico alguns casos com caráter de observação participante⁷⁰, relacionados a esses moldes de mediação.

A banda campinense de *Brega n'roll Varal de Cabaré*, pertencente ao cenário alternativo do interior da Paraíba, não possuía discos gravados, nem ao menos tinha suas canções executadas nas rádios da cidade ou espaço em canais televisivos, mesmo quatro anos após a sua criação. Contudo, uma das características que davam visibilidade ao grupo musical era a de criar, sem intermediários, pequenos vídeos caseiros e divulgá-los de forma gratuita através das suas páginas nas redes sociais *online* e no seu canal do *Youtube*. Aproveitando esse viés de exploração, o grupo apostou na gravação independente de um videoclipe, mesmo sem ter os recursos financeiros ideais. Apesar disso, conseguiu quase quinhentas mil visualizações espontâneas desse produto audiovisual no *Youtube*, sem ter pago por impulsionamentos⁷¹ de divulgação, viralizando em um curto espaço de tempo na *internet* e em outros meios de comunicação (Figura 05).



Figura 05 - Varal de Cabaré e o *hit* Mototáxi do Amor – captura da tela do vídeo *online* do G1 Paraíba
Fonte: Catálogo de vídeos do G1 Paraíba⁷², 2014.

⁷⁰ “A importância dessa técnica reside no fato de podermos captar uma variedade de situações ou fenômenos que não são obtidos por meio de perguntas, uma vez que, observados diretamente na própria realidade, transmitem o que há de mais imponderável e evasivo na vida real” (MEDEIROS, 2006, p. 59-60).

⁷¹ O termo é utilizado para fazer menção à prática de pagar taxas para impulsionar a visualização de determinado produto midiático nas redes sociais ou em plataformas localizadas na web.

⁷² Disponível em: <<http://g1.globo.com/pb/paraiba/videos/t/jpb-1-edicao/v/varal-de-cabare-lanca-clipe-mototaxi-do-amor-e-producao-se-torna-viral/3713626/>> Acesso em: 20 de Julho de 2018.

A partir desse alcance na *internet*, surgiram oportunidades que transcenderam o mercado inicial em que a banda estava inserida, sem que fosse necessário pagar jabá para que a música do produto em questão passasse a compor a grade de rádios em diferentes locais, ou para aparecer em programas paraibanos de televisão. Ademais, em consonância a essa projeção crescente e dando prosseguimento a esses processos de autodistribuição, através da continuidade das gravações de vídeos caseiros de divulgação, conseguiu realizar *shows* em importantes espaços do cenário musical do País, tais como o palco do Sesc Belenzinho, em São Paulo, espaço cultural pelo qual já se apresentaram os cantores Tom Zé, Elza Soares, Céu e Karina Buhr, por exemplo.

“Disforia mata, ela não só late. Exercício permanente da psicanálise, vestígios do abuso da sociedade”. Assim são entoados os versos iniciais da música *Corpo vs Mente*⁷³ (Figura 06), do cantor paraibano *Julian*. Homem trans⁷⁴, imputa em suas letras boa parte da sua luta para resistir em uma sociedade intolerante, inserida no contexto violento da nação que mais mata transexuais no mundo, segundo dados da ONG *Transgender Europe*⁷⁵. De modo semelhante à *Varal de Cabaré*, o artista desprovia de verba para gravar o seu primeiro trabalho autoral, bem como distribuí-lo a partir dos mecanismos tradicionais da indústria fonográfica. A partir de uma produção nos moldes de *Home Studio*, gravou quatro canções e desenvolveu aquilo que auto-denomina de *Ep* audiovisual. O projeto contém quatro videoclipes das faixas do disco, que estão em fase de lançamento via utilização da plataforma *Youtube*, cada vez mais utilizada para ações desse tipo.



Figura 06 - Julian – *Corpo vs Mente* (Transrevolução) – captura de tela do canal do *Youtube* do artista
Fonte: Canal ¿JULIAN? – *Youtube*

⁷³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9L2QAXeZIBc>>. Acesso em: 24 Fev. 2019.

⁷⁴ De acordo com Vergueiro (*apud* SOUSA; IRIART, 2018, p.2), padrão cisnormativo estabelece o reconhecimento e a legitimidade exclusivamente relacionados ao cumprimento de critérios em relação à cisgeneridade heterossexual. Isso significa cumprir a lógica una e linear que articula sexo e gênero na determinação de uma pessoa – como pênis-masculino-homem e vagina-feminino-mulher – fadada a experienciar a heterossexualidade. Ao contrário dessa articulação, o homem trans é a pessoa que nasce com vagina e constrói seu curso de vida como homem. Isso não lhe imputa à heteronormatização dos seus desejos.

⁷⁵ Disponível em: <<https://transrespect.org/wp-content/uploads/2016/11/TvT-PS-Vol14-2016.pdf>> Acesso em: 10 de Julho de 2019.

Se pensarmos na sociedade em que estamos inseridos, logo perceberemos que dificilmente projetos como esse receberiam grandes financiamentos de investidores para a sua concepção, pois teriam como entraves o receio pela recepção do público, por tratar de pautas das minorias da sociedade, e por ser o primeiro trabalho desenvolvido pelo artista. Contudo, em consonância ao discurso de Chico Pinheiro (2009), milhares de artistas independentes burlam o sistema de mediação tradicional, concebem seus produtos e se autodistribuem por redes sociais *online* e plataformas, sem alto custos financeiros que anteriormente eram impostos por gravadoras ou outras formas de mediação vigentes. Assim, lançam-se à sorte de serem descobertos pelo público para a partir de números de visualização poderem posteriormente conseguir mais facilmente apoios de capital financeiro para executarem seus futuros projetos.

O músico que acaba de formar uma banda *country* no mês passado em alguma cidade perdida do Tennessee ou um trio de forró em Juazeiro pode, sem muito esforço, gravar seu primeiro demo com equipamento simples, caseiro, mas eficaz. Pode jogar o resultado na rede por meio de um blog ou sites como *MySpace* e *Facebook*, ou ainda colocar um vídeo no *YouTube* gravado com sua câmera fotográfica amadora para ser descoberto e apreciado por milhares, milhões de internautas potenciais pelo mundo, de graça! (PINHEIRO, 2009, p.201).

Ao trazer os casos anteriores com a finalidade de exemplificar as alterações nos moldes tradicionais de mediação do cenário musical, citei a cantora brasileira Anitta. Por mais que saiba que atualmente a artista pertence ao *mainstream*, o início da sua carreira foi marcado pela gravação de versões *covers* de outras canções, publicadas na mesma plataforma utilizada por ambos os artistas citados acima. Devido ao sucesso inicial obtido, chamou a atenção de produtores da gravadora Furacão 2000, uma das principais do gênero *funk* na época. A partir daí foi cada vez mais galgando novos espaços e atingindo patamares mais altos até chegar a se configurar como uma das maiores *popstars* latino-americanas da atualidade e conhecida mundialmente. A forma como a cantora utilizou a midiatização do cenário musical, foi preponderante para a sua carreira e vai muito além das mudanças de mediação.

Poderia então pensar como acontecem essas relações entre os produtos da indústria fonográfica e os processos midiatizados neles imputados por artistas que estão fora de um circuito totalmente inserido no *mainstream*. Nesse sentido, busquei compreender as relações e a produção que está entre o músico independente, ainda em início de prospecção de seus materiais, e os que apesar de terem iniciado suas carreiras de modo similar, já alcançaram uma massiva divulgação de seus produtos. Desse modo acabei chegando a nomes pertencentes ao que vem sendo denominado como *midstream*⁷⁶, tais como *Duda Beat*, *Luedji Luna* e *Liniker* e

⁷⁶ O que vem sendo denominado como *midstream* é uma espécie de meio termo entre o *mainstream* e o mercado independente de música. Artistas que compõem esse segmento do mercado geralmente independem de contratos

Os Caramelows. O caso de *Liniker*, por exemplo pode ser mais um dos que serve para exemplificar o poder do alcance dos impactos da *mediatização* de produtos dessa indústria. A partir de uma série de vídeos⁷⁷ postados no *Youtube*, os quais rapidamente alcançaram grande visibilidade do público e possibilitaram outras oportunidades que transpassaram a barreira do mercado independente.

Ao observar tais artistas logo percebi que em algumas ocasiões passaram a preencher espaços na mídia pouco ocupados por artistas independentes. A música *Bixinho*⁷⁸ de *Duda Beat*, por exemplo, virou uma das trilhas sonoras da novela *Amor de Mãe* (2020), da Rede Globo de Televisão. Contudo, para que fosse possível chegar até certos alcances massivos, esses músicos apropriaram-se de variadas tecnomediações pós-massivas locadas em plataformas e redes sociais *online*. Por consequência, adentrarei a seguir de modo mais detalhado a esses aspectos, observando-os a partir de criações audiovisuais do *BaianaSystem*. Acredito que as apropriações das ferramentas midiáticas, bem como a forma como o grupo musical utiliza a *mediatização* como forma de mediação, podem servir como *locus* de observação. Por acreditar que a forma como a cantora *Anitta* conduz seus produtos em relação às práticas *mediatizadas* pode funcionar como delineamento de caminhos de investigação, pontuarei as suas apropriações como ligação e contraponto das escolhas realizadas pelo grupo baiano.

4.4 PLAYSOM: BAIANASYSTEM, ANITTA E A MEDIATEZACÃO DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA

Antes de me debruçar acerca de como as relações *mediatizadas* interferem no cenário musical, devo retornar às considerações de *Stig Hjarvard* (2012), o qual afirmava que a mídia tinha se tornado uma instituição semi-independente na sociedade que fazia com que as demais se adaptassem às suas características, moldando os seus padrões ao seu formato e às suas linhas de funcionamento.

Desse modo, assim como *Kent Asp*, referido ainda por *Hjarvard* (2012), pontuou que o sistema político passou a ser ajustado de acordo com as demandas dos meios de comunicação de massa, ao citar a intensificação da *mediatização* da indústria fonográfica quis percebê-la sob essa mesma ótica. Ao contrário de uma interpretação imediata que ocorre ao falarmos em

com grandes gravadoras e por isso não estão em constante visibilidade em meios de comunicação massivos, mas que já deixaram o *underground* e passam a fluir por entre esses espaços de forma mais livre, mas não se configurando mais como grandes anônimos da grande mídia.

⁷⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=M4s3yTJCcmI>> Acesso em: 11 de Novembro de 2019.

⁷⁸ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/15nSP1vq00IUjOizpinwgH?si=01OiWHc6R1uTZxB-4HmVA>> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

mediatização de tal indústria, não quero aqui afirmar que tal relação seja nova, mas sim percebê-la a partir do modo como as tecnomediações, sobretudo as que ocorrem atreladas a usos interligados às redes sociais *online*, passam a acentuar essa relação.

De acordo com Braga (2012), a cultura da mediatização é fomentada a partir de experimentações. Nesse sentido, pelo viés do autor, não são apenas os meios, as tecnologias, ou as indústrias culturais que produzem os processos, mas sim o que ele denomina como componente diretamente social, como já citei anteriormente. Tais formas de interação perpassam por sujeitos e instituições que acionam os processamentos e passam a desenvolvê-los. No cenário atual, no qual as redes sociais *online* tornam-se cada vez mais protagonistas, artistas passam a ganhar popularidade e divulgar seus produtos midiáticos no ciberespaço, o que acarreta em novas possibilidades de comercialização, segundo Lima (2013), e amplamente exemplificados em outros momentos dessa dissertação.

Ao pensar nas programações anteriormente vigentes nesse mercado encontrei em Marcelo Bergamin Conter (2012) alterações importantes nos modos de relação entre os meios de comunicação e os usuários. De acordo com o autor, anteriormente podíamos apenas adquirir ou receber as imagens técnicas. Posteriormente, passamos a poder concebê-las ou a copiá-las e atualmente conseguimos compartilhar nossas próprias produções ou replicar a de outros autores em repositórios de vídeo.

Além dessas modificações nas relações entre indivíduos e corporações, plataformas passam a ser influenciadas por esses processos. Os números de visualizações, através de processos de monetização de vídeos, despontam como novas formas de relação entre artista, público e mercado, desaguando em propostas que surgem a partir do alcance de conteúdos disponibilizados em canais no *Youtube*, por exemplo. Por outro lado, o *Instagram* passa por adaptações constantes, comportando diferentes mídias que convergem no aplicativo, propiciando ao usuário uma experiência pautada por imagens, sons e textos que dialogam e se hibridizam. Pensando em todas essas questões, retornarei a recortes empíricos, a fim de denotar a aplicabilidade dessas observações. Em vista disso, busquei perceber de forma mais pontuada tais relações através de experiências mediatizadas do BaianaSystem.

Conforme já trouxe anteriormente, o grupo baiano surgiu há uma década. Ao perceber os seus primeiros delineamentos em plataformas e uso de redes sociais na *internet* logo notei que existe desde o início uma tendência de o projeto musical tecer diálogos com as produções imagéticas distribuídas nesses espaços. O modo de concepção dialógica possivelmente possui relação inicial com o fato de que Filipe Cartaxo teve como trabalho de conclusão de graduação

em desenho industrial, pela UFBA, a identidade visual do BaianaSystem, concebida ainda em 2009.

Desde então, os diversos produtos midiáticos produzidos pela banda apresentam as características estéticas estabelecidas pelo projeto do artista visual. Contudo, as constantes trocas entre imagens e músicas exercidas pelo grupo musical, por mais que se constituam enquanto característica de destaque, serão melhor abordadas posteriormente. O que me interessa aqui é perceber como tal grupo musical a partir da exploração de práticas midiáticas e convergentes consolida-se enquanto agente que transbordou o *underground* independente e passa a se configurar como uma das atuais referências do mercado fonográfico nacional.

Apesar da banda ter ganhado uma maior notoriedade a partir do lançamento do álbum *Duas Cidades* (2016), já existiam trabalhos anteriores, tais como o disco *BaianaSystem*⁷⁹, lançado em 2009. Nesse hiato de produção de novos fonogramas, se ainda estivéssemos sob a égide de mediações pautadas apenas nas antigas relações de distribuição via rádio e televisão, por exemplo, certamente o alcance do que fora produzido pelo grupo nesse intervalo de tempo teria sido diferente. Basta perceber que um dos últimos *single* lançados, *Cabeça de Papel*⁸⁰ (2019), assim como os *Eps Calundu*⁸¹ (2013) e *Terapia*⁸² (2013) foram lançados apenas em plataformas digitais e devem o seu alcance a essa outra possibilidade de relação.

Nessa perspectiva de lançamento de produtos midiáticos, é possível fazer um contraponto entre o grupo baiano e a cantora Anitta, para compreendermos que a midiática dessa relação independe de o artista estar inserido no *mainstream*. Ao observar as circunstâncias de *CheckMate*, é possível perceber que tal qual a forma como fora anunciado, a partir do compartilhamento da notícia em um perfil do *Instagram*, conteúdos complementares relacionados às faixas desse projeto eram produzidos e distribuídos nesse aplicativo. Desse modo, dialogavam com o público através de novas perspectivas e ferramentas que transcendiam as funcionalidades possibilitadas pelo *Youtube*, mas que convergiam para o mesmo propósito.

De modo similar, os videoclipes do BaianaSystem são distribuídos através da plataforma *Youtube*. Mesmo que a veiculação desses produtos não fique restrita a esse espaço, ficam lá armazenados de forma fixa, o que possibilita ao público acessá-los de forma constante.

⁷⁹ Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/1oAU4OkP63pBrWTvLPGIRS?si=8z817d4ERAeBpZjOwHdX0A>> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

⁸⁰ Disponível em: <https://open.spotify.com/album/3boqTKzoktmz1iebMSwJM?si=Q6tymXy_TvakVucSCIUV8w> Acesso em: 13 de Novembro de 2019.

⁸¹ Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/7LsJztkCNrJaldXO5fKVdH>> Acesso em: 13 de Novembro de 2019.

⁸² Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/2bzseqq9rA8iky63DR3k5m?si=ecMsIS1uR2KxYVrJGmzp5w>> Acesso em: 13 de Novembro de 2019.

Entretanto, a cada lançamento de *single* ou videoclipe a banda passa a criar um agendamento de mídia em torno de diversos materiais criados a partir do produto a ser lançado, os veiculando de forma recorrente e alimentando essa relação entre plataformas.

Em paralelo, identidades visuais passam a ser adaptadas a partir de novos lançamentos, como capas de *Facebook* e ícones de redes sociais *online* (Figura 07). Tão logo, ao invés de ir a programas de rádio a fim de fazer a divulgação desses produtos, passam a produzir diferentes excertos, por vezes descendentes de um único material em questão, os quais circulam de forma fluida entre tais redes sociais exploradas pela banda.



Figura 07 - Adaptação da identidade visual no *Facebook*
 Fonte: Captura de tela do *Facebook*⁸³ do BaianaSystem, 2017.

No lançamento da música *Capim Guiné*⁸⁴, realizado no formato de *single* em 2017, as imagens provenientes do videoclipe⁸⁵ da faixa, lançado no *Youtube*, ilustraram vários materiais utilizados como forma de divulgação da música. No *Instagram* da banda, por exemplo, a *timeline* vira um grande mural de exposição desses produtos (Figura 08). Uma outra prática recorrente é a comunicação visual entre os elementos postados no aplicativo. Ao invés de pensarem apenas em como essas produtos irão inferir de forma individual na construção visual desse espaço, sobretudo nos casos de lançamento de *singles* ou discos, as postagens costumam ser pensadas para além do enquadramento individual pré-determinado pelo programa.

Dentre as produções que compuseram esse quadrante visual, duas postagens destacam-se e servem para ilustrar de forma mais específica essa intensa relação midiaticizada. A primeira

⁸³ Disponível em: <<https://www.facebook.com/BaianaSystem/>> Acesso em: 13 de Novembro de 2019.

⁸⁴ Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/2gKnN5NGR7XB57F2sgCnm0>> Acesso em: 13 de Novembro de 2019.

⁸⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=P8hOiJOISQo>> Acesso em: 13 de Novembro de 2019.

delas⁸⁶, a qual segue o modo de ação constante do BaianaSystem e de diversos artistas desse cenário, refere-se ao anúncio do lançamento da faixa em questão (Figura 09). Nas décadas anteriores, por exemplo, era comum que artistas fossem a programas televisivos para poderem lançar suas músicas. Contrariando tal constante, o grupo baiano assim como fez com todas os últimos *singles* e discos, os lançou através de postagens nas redes sociais na *internet*, nas quais continham os direcionamentos para o acesso aos *players* de reprodução de fonogramas, tais como o *Deezer* e o *Spotify*. Espaços como esses funcionam também como plataformas convergentes que concentram informações para além das músicas em si, tais como agenda, biografia e artistas similares ao que estamos escutando.

A outra postagem em questão é um vídeo⁸⁷ (Figura 10) com cerca de cinco segundos no qual temos como protagonista um dos personagens centrais da narrativa imagética do videoclipe. Do ponto de vista sonoro, a música do produto em questão é a parte inicial do fonograma da faixa. Ao término da cena, o personagem em um rápido gesto aponta para o lado e na sequência aparece um grafismo através do qual podemos ver o nome da música. A indicação de que tal produto fazia referência a um lançamento futuro ocorreu também a partir do texto da descrição da postagem, no qual constam o nome da música e as marcações dos perfis do *Instagram* os artistas que fizeram participação na faixa.

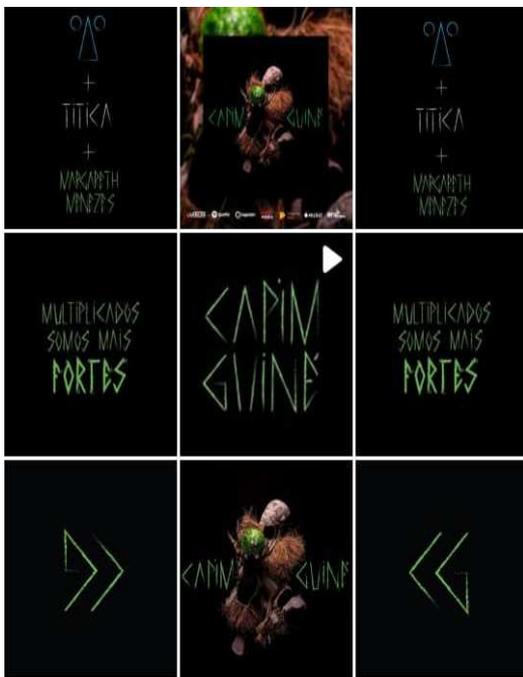


Figura 08 - *Timeline* de Capim Guiné
Fonte: Captura de tela do Instagram do BaianaSystem, 2017.

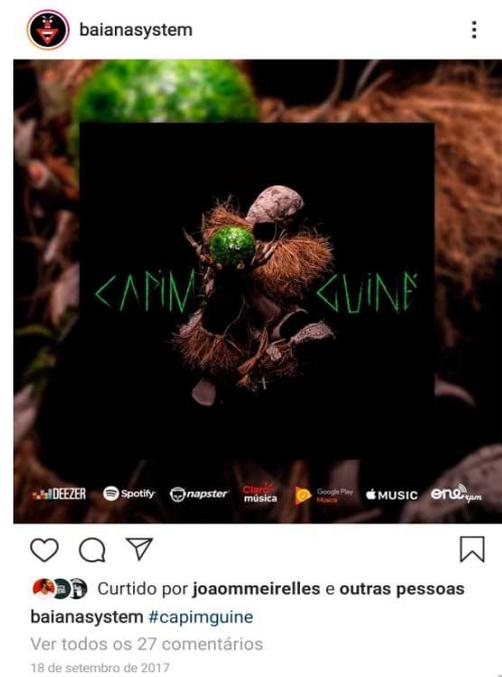


Figura 09 - Lançamento de Capim Guiné
Fonte: Captura de tela do Instagram do BaianaSystem, 2017.

⁸⁶ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BZL-hMgnlgz/?igshid=19r3o1rphjc0c>> Acesso em: 14 de Novembro de 2019.

⁸⁷ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BZFJiDfHryR/?igshid=gqyg6x8jcrez>> Acesso em: 14 de Novembro de 2019.



Figura 10 - Vídeo curto de Capim Guiné
 Fonte: Captura de tela do Instagram do BaianaSystem, 2017.

Através dessas construções, a relação entre os músicos e o público passa a ser pensada através dessas perspectivas e visando esses formatos de alcance. Tendo em vista as experiências contemporâneas, os enquadramentos tornam-se predominantemente verticais por conta do crescente uso de *smartphones*. Por conseguinte, tanto no caso da *IGTV* como o que ocorre com o *Youtube*, maior *site* de compartilhamento de vídeos do mundo, reconfigurações são realizadas a partir de demandas que surgem com a interacionalidade entre indivíduos e tecnologias.

Em paralelo, programas passam a ser adaptados e os conteúdos elaborados por seus usuários moldam-se às novas possibilidades e, por vezes, as fronteiras entre plataformas tornam-se cada vez imprecisas. Em 2018, a *IGTV* surgiu como uma nova função dentro do *Instagram* para comportar vídeos com duração superior ao que era antes delimitado pelo aplicativo. Desse modo, apesar de ser comumente utilizada apenas como mais um espaço para compartilhar conteúdos provenientes de outras mídias, materiais passam a ser produzidos visando essa ferramenta.

Ao entrar na conta do BaianaSystem, pude perceber que os vídeos compartilhados nesses espaço tratam-se de materiais divulgados no *Facebook* e no *Youtube* que migraram para a *IGTV* no mesmo formato em que lá estavam apresentados. A aderência escolhida pelo banda difere um pouco do que fora realizado, por exemplo, pela cantora Anitta. A artista realizou uma espécie de *reality show*⁸⁸ na *IGTV*, através de oito episódios os quais mostram os bastidores das reuniões realizadas durante o processo de escolha do *single Medicina*. A diferença entre o uso feito pela banda baiana e a cantora pop consiste no modo em que ambos concebem seus produtos pensando na ferramenta em si. No caso de Anitta, fica mais evidente

⁸⁸ A notícia sobre a prática midiaticizada da cantora Anitta encontra-se disponível em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2018/07/05/anitta-transforma-em-reality-show-a-escolha-de-seu-novo-single.htm>> Acesso em: 05 de Julho de 2018.

a assimilação desse novo espaço midiático, passando a produzir conteúdos visando essa nova função.

Por falar em adequações a partir das novas necessidades de uso que surgem, cada vez mais plataformas passam a propiciar ao espectador novas relações com o *ao vivo*. O que antes só poderia ser visto de forma presencial ou através de transmissões por canais televisivos, atualmente é reconfigurado através de vídeos transmitidos ao mesmo tempo em que as ações acontecem. Desse modo, artistas passam a ter nessas possibilidades outras formas de transmitir seus conteúdos para o público. A exemplo disso, podemos citar a cobertura de eventos musicais, tais como a última edição nacional do *Lollapalooza* (2019), transmitida por *lives* no *Youtube*, *stories* no *Instagram* e cobertura nas redes sociais na *internet*, configurando assim ações que transcendem à transmissão televisiva.

Entretanto, nesse sentido esse é apenas um dos caminhos possíveis referentes às possibilidades que surgem de reconfigurações de antigas práticas. Para sabermos como foi determinado *show* ou até mesmo acompanhá-lo em tempo real, não dependemos mais que esse seja transmitido por determinado canal de televisão. Podemos acompanhá-lo através de postagens de *stories* ou de transmissões ao vivo realizadas nessas redes sociais pelos próprios artistas. Além disso, vídeos de *shows* produzidos pelo público, mesmo que possuam uma qualidade baixa de imagem, são constantemente repostados por músicos nas suas redes sociais oficiais.

Ao observar tais redes, bem como as plataformas que a indústria fonográfica vem utilizando para distribuição de seus produtos artísticos, percebi outras diversas práticas midiáticas e convergentes. O constante cruzamento que estou delineando entre o BaianaSystem e Anitta deve-se ao fato de que objetivei perceber como o grupo musical do *corpus* de análise dessa dissertação se apropria de práticas midiáticas, mas sem ignorar a grande relevância do modo como a cantora pop realiza tal fim. Além disso, pude notar as diferentes formas através das quais essa atividade pode ser realizada.

Ao entrarmos em qualquer um dos perfis de Anitta nas redes sociais *online*, podemos escutar suas músicas, ver seus videoclipes, bem como ter acesso a matérias e outras notícias que ilustram o protagonismo da cantora no cenário musical em um âmbito cada vez mais internacional. No perfil do *Instagram*, por exemplo, nos deparamos com a parte dos destaques⁸⁹ separadas por agenda de *shows*, músicas, vídeos, além da *IGTV*. Os vinte videoclipes contidos nessa sessão, contam com uma ferramenta que possibilita ao espectador ser redirecionado para

⁸⁹ Local do *Instagram* em que é possível colocar os *stories* de maneira permanente.

assistir o conteúdo na íntegra, disponibilizado no *Youtube*. Do mesmo modo, a pasta que contém os últimos dezesseis *singles* da artista ou nos quais ela fez participação, apresenta em cada um dos conteúdos o recurso de redirecionamento para que as faixas possam ser escutadas em sua totalidade em outros serviços de distribuição de conteúdo, tais como o *Spotify*, *Deezer* e *Napster*.

Em uma análise inicial, ao procurar a mesma incidência nas redes sociais *online* do BaianaSystem seria possível pensar que tais práticas midiáticas não possuíam mecanismos de convergência. Todavia, o que difere do modo de execução realizado por Anitta é o programa utilizado para viabilizar essa relação. Por mais que a banda baiana utilize as suas redes sociais e plataformas como instrumento convergente, criou um outro mecanismo que está além desses espaços, mas interliga-se a todos eles.

A partir de uma parceria entre o BaianaSystem e a empresa brasileira *Globaltek*, a qual dentre diversas áreas de atuação trabalha com soluções digitais, foi desenvolvido o *Bsapp*⁹⁰ (Figura 11), aplicativo de comunicação direta entre a banda e o público. Em uma das postagens de lançamento⁹¹, vemos uma personagem que inicia o vídeo lendo deitada de forma despreocupada, aparentemente em casa e escutando música a partir de um fone de ouvido. Na construção narrativa do produto audiovisual, a pacata situação parece se transformar ao abrir o aplicativo. A partir do momento em que a mulher acessa esse programa, passa a vivenciar as apresentações ao vivo do grupo, como se estivesse de fato nos locais dos *shows*. A última cena do vídeo consiste no momento em que a protagonista deita na cama exausta, o que configura uma construção metafórica para fazer menção às experiências vividas pela personagem através do aplicativo.

De modo metafórico ou não, o objetivo do BaianaSystem ao criar um aplicativo específico o qual, segundo a própria banda, é o principal canal de interação com as novidades que vão sendo lançadas, é convergir em um mesmo programa o acesso a todos os seus principais produtos. Através da manipulação do *BSapp* é possível encontrar a galeria de fotos, vídeos, obter informações dos *shows*, escutar todas as músicas e ainda ler as postagens realizadas no *Twitter* com a marcação da banda (Figura 12). Como ferramenta integrante do programa, é possível ainda utilizar as *BStickers* (Figura 13), espécies de figurinhas e máscaras que podem ser aplicadas ao rosto dos usuários ao fazerem uma foto a partir do aplicativo ou carregarem

⁹⁰ Disponível em: <<https://apkpure.com/br/baianasystem/com.globaltekapps.bsapp>> Acesso em: 20 de Novembro de 2019.

⁹¹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/tv/B0EftqqlcB6/?igshid=hi5yqeumk33j>> Acesso em: 23 de Janeiro de 2020.

imagens provenientes de outras fontes. Por fim, uma das principais funções difundidas é o acesso às transmissões ao vivo em 360° de alguns dos *shows* da banda (Figura 14). Por mais que seja possível assistir a esse material no formato em questão através do *Youtube*, ao utilizar o aplicativo pelo celular podemos ter uma experiência de nos “mover” pelo espaço apenas manuseando o celular na direção pretendida.



Figura 11 - *BSapp*
Fonte: Captura de tela do aplicativo da Globaltek, 2019.

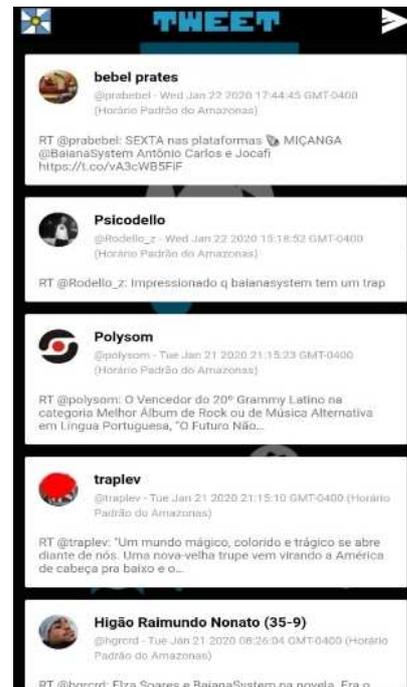


Figura 12 - Twitter do *Bsapp*
Fonte: Captura de tela do aplicativo da Globaltek, 2019.



Figura 13 - *BStickers*
Fonte: Captura de tela do aplicativo da Globaltek, 2019.



BSLive 360° - Baiana System - Navio Pirata no circuito Barra-Ondina
Figura 14 - *Transmissão 360°* no *BSapp*
Fonte: Captura de tela do aplicativo da Globaltek, 2019.

Após as explicações anteriores podemos compreender como artistas podem galgar espaços na indústria fonográfica utilizando a visibilidade que seus produtos alcançam a partir da midiaticização de antigas mediações existentes como um dos métodos possíveis para alcançar maior grau de independência. Mesmo cantoras como Anitta, que possuem uma alta capacidade financeira de investimento e uma ampla rede de distribuição propiciada pelo fato de pertencer ao *mainstream*, podem utilizar de algumas das mesmas ferramentas e aparelhos de artistas independentes ou que estão permutando entre o segmento anterior e o *midstream*, como o caso do BaianaSystem. Contudo, devemos atentar que ao fazer tais apontamentos, não estou condicionando o sucesso dessas práticas apenas ao acesso às ferramentas que prospectam essas concepções.

Conforme pontuei anteriormente, não basta que os interagentes dessa indústria tenham acesso às tecnomediações e às práticas midiaticizadas. Ao jogarem com aparelhos é preciso compreender que outras questões estão no envoltório das práticas que os circundam. Por conseguinte, aspectos relacionados ao domínio que possuem desses programas, questões de escolha estética, bem como as decisões mercadológicas que os inter cruzam passam a influenciar na forma e intensidade dessa assimilação.

Ao observar tais constatações, contudo não deixo de compreender o protagonismo das práticas midiaticizadas, bem como das convergentes, para prospectar músicos a uma carreira cada vez mais sólida. Por conseguinte, podemos perceber através dessas experiências alguns dos usos das novas⁹² mídias pela indústria fonográfica, as quais começam a traçar os contornos daquilo que denominarei como *Soundsystem de Bits*.

Ao longo dessa dissertação, explicitarei melhor o significado da formação desse termo. Todavia, a partir do intuito de me encaminhar para os próximos passos do diálogo que estou tentando traçar até aqui é preciso delinear tal constituição para além de sua nomenclatura. Destarte, apesar de já ter me debruçado algumas vezes nos elementos que constituem este cenário, é preciso continuar nessa progressão a fim de detalhar um pouco melhor o recorte proposto que configura esse *Soundsystem*, as suas programações e as possíveis alterações que surgem a partir dessas relações.

⁹² As novas mídias são objetos culturais que usam a tecnologia computacional digital para distribuição e exposição (MANOVICH, 2005, p.27).

5. SOUNDSYSTEM DE BITS: PRODUÇÃO AUDIOVISUAL DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA CONTEMPORÂNEA

De acordo com Eliseo Verón (2014, pp.16-17), após invenção da prensa no século XV, a Europa passou por mudanças de cunho social, cultural e de caráter político-econômico superiores às sofridas durante mil e quinhentos anos anteriores a sua invenção. Nos últimos dez anos, ainda segundo o autor, o acesso ao conhecimento científico foi alterado de forma exponencial a partir da disponibilidade da *internet*. Independente das mudanças que ocorram, é preciso corroborar em parte com as assertivas de McLuhan (1964), as quais pontuavam que a tecnologia gradualmente propicia a criação de um ambiente humano totalmente novo. Para além disto, é responsável por alterações na mídia que implicam em mudanças socioculturais. Ao concordarmos parcialmente com essas assertivas, acreditamos tal qual o autor que as culturas apresentam predileções por modelos de percepção e conhecimento que servem de guia para as suas ações, mas que não constituem algo que tenha total caráter de ineditismo.

Por mais que Marshall McLuhan fosse crítico a inovações e mudanças, acreditava ser essencial compreendê-las. Ao estarmos diante de ferramentas e das tecnomediações, uma das primeiras indagações necessárias a ser feita diz respeito a quais as possíveis modificações que serão propiciadas através dos seus usos. Para o autor, o que estava sendo configurado era uma nova ruptura ocasionada pela introdução em nossos cotidianos das extensões de nós mesmos. Nesse caso, como estou falando em ambiência midiaticizada, como as mudanças tecnológicas alteram as relações vigentes e acarretam em mudanças para além das que já pontei até aqui?

No capítulo anterior, tentei indicar possíveis caminhos de percepção acerca de como as estruturas, relações, bem como produtos da indústria fonográfica sofreram alterações propiciadas pela intensificação da incidência da midiaticização nesse *corpus* de observação. Contudo, devemos observar que a criação e o uso dos produtos inseridos nessa delimitação perpassam por ferramentas e aplicativos que estão submetidos a programações que os regem, pensando no sentido do conceito abordado por Flusser (2008).

Ao pensarmos de forma inicial acerca dessas questões, podemos encontrar um possível dialogismo entre os apontamentos desse filósofo, com textos anteriores a sua escrita e tão onipresentes quando nos dispomos a pensar acerca da relação entre tecnologia e mídia. McLuhan (O DESPERTAR DE MCLUHAN, 2002), ainda na década de 60, ao pensar sobre o que ele denominava como “enormes vórtices de energia criados pelas nossas tecnologias”, apontava que ao observar possíveis padrões das consequências a que estamos submetidos, seria possível traçar possibilidades de fuga e sobrevivência. Por mais apocalíptico que o tom desse

discurso possa soar, o intuito apontado pelo teórico canadense era pontuar que, a partir da não existência de uma ordem nas leis da mídia e da simultaneidade de seus efeitos, o caminho mais apropriado seria o de reconhecer os padrões vigentes antes que estes viessem a se completar.

Tal questão fora trabalhada amplamente por Flusser (2002) ao colocar a necessidade de esgotarmos a programação, quer seja dos aparelhos, quer seja dos programas. Ao atribuir tal tarefa à filosofia da fotografia, colocando-a como único caminho possível à liberdade, tal pensador, assim como McLuhan, aponta para a urgência de refletirmos sobre a possibilidade de produzirmos além do mero programado, como já apontei aqui inúmeras vezes. De acordo com Flusser (2002), o fotógrafo só poderia escolher determinada categoria dentre as já previamente pré-estabelecidas nos aparelhos, ou seja, condicionando as suas escolhas às já programadas.

A partir desse viés, seria realmente necessário então seguirmos o apontamento de tal filósofo e trabalharmos nas fábricas que programam os aparelhos se quisermos inventar novas categorias, novas possibilidades? O aparelho foi realmente projetado para apenas produzir criações previstas pelos projetistas do aparelho? Me interessa aqui observar essas quebras a que tanto me disponho ininterruptamente a falar, mas as vendo enquanto possibilidades criativas que surgem com a disponibilidade de ferramentas e das tecnomediações, propiciando potenciais desvios dessas “programações” vigentes, fazendo com que novas possibilidades surjam e as já existentes passem por adaptações.

5.1 MÚSICA MODULAR: ADAPTAÇÕES ÀS ESTRUTURAS VIGENTES

Ao continuar pensando a partir da inferência de que continuamente a tecnologia vem alterando o mercado fonográfico, bem como o próprio modo de fazer e consumir música, podemos percebê-la, por exemplo, através de comparações entre processos de adaptação que ocorrerem, por exemplo, com compositores clássicos tais como Sebastian Bach, Richard Wagner e Wolfgang Amadeus Mozart e o grupo musical BaianaSystem.

Imaginemos pegar a sonoridade de grupos essencialmente percussivos como o baiano Àttøøxxá⁹³, ou de um disco como o *De baile Solto*⁹⁴, do pernambucano Siba, e colocarmos dentro de catedrais góticas, com suas paredes de pedras e arcos em ogivas. Ao invés de termos

⁹³ Grupo musical baiano, criado em 2015, que mistura a sonoridade de músicas percussivas com sintetizadores e batidas eletrônicas.

⁹⁴ Álbum do cantor pernambucano Siba, lançado em 2015. Disponível em: <<https://www.mundosiba.com.br/>> Acesso em: 16 de Outubro de 2019.

uma “*marcha macia*”⁹⁵ na qual conseguiríamos ouvir todas as notas musicais sem dissonâncias, teríamos uma certa poluição sonora. Entretanto, acredito que a melhor solução para resolver tal problemática não seja fazer com que cada artista construa sua *Bayreuth*⁹⁶, tal como fizera Wagner a fim de poder criar um espaço arquitetônico que acomodasse melhor suas composições. De modo similar a Mozart, o qual não poderia assegurar que suas músicas fossem executadas apenas nos espaços intimistas que desejara, artistas não podem garantir que seus produtos sejam consumidos apenas do modo que almejavam ao concebê-los.

A partir dessas constatações, é possível notar que conforme as músicas passaram a ser executadas em locais fora de espaços como as grandes capelas, passaram por adaptações devido a alteração das estruturas vigentes, sejam essas arquitetônicas ou relacionadas aos seus modos de composição e reprodução. Desse modo, notas musicais tiveram que ser repensadas, bem como a forma como seriam reproduzidas. De acordo com Byrne (2014, p.20), tais compositores passaram a escrever as suas músicas pensando nesses novos espaços e ao precisar se adequar, acabaram por se adaptar.

Pensemos nas apresentações ao vivo do BaianaSystem, cujo item indissociável de suas criações é o paradigma imagético, conforme dito por Roberto Barreto e já relatado anteriormente em entrevista citada nesse trabalho. Ao tentar analisar como as criações visuais feitas por Filipe Cartaxo aparecem no palco das apresentações da banda, percebi que à medida em que tornou-se possível utilizar cada vez mais aparatos tecnológicos que propiciavam a exploração de outras visualidades, todo o imaginário visual do grupo transmutou por entre as camadas dos elementos de palco (Figuras 15, 16, 17). Nas primeiras apresentações as máscaras e demais símbolos utilizados pelo grupo estampavam camisas usadas pelos músicos e panos que eram dispostos pelo palco. Conforme a presença de telas digitais utilizadas foi crescendo, o que antes era estampado em tecidos e papéis, passou a estar disposto em projeções, as quais posteriormente passaram a ser mapeadas.

⁹⁵ Metáfora utilizada para fazer referência a música *Marcha Macia*, do disco *De Baile solto* (2015) de Siba. <<https://www.mundosiba.com.br/>> Acesso em: 16 de Outubro de 2019.

⁹⁶ Casa de ópera que Wagner construiu para apresentar suas próprias músicas, nos anos 1870, cujo espaço foi planejado para acomodar melhor o que o compositor tinha em mente para as suas composições, o que acarretou na ampliação do espaço para a acomodação da orquestra (BYRNE, 2014, p.20).



Figura 15 – Fotografia do palco do BaianaSystem em 2013
 Fonte: Disponível na página do *Facebook*⁹⁷ da banda BaianaSystem.



Figura 16 - Tecidos e projeções no palco do BaianaSystem
 Fonte: Disponível na página do *Facebook*⁹⁸ da banda BaianaSystem.



Figura 17 - Palco multi-telas do BaianaSystem em 2018
 Fonte: Jardel Souza⁹⁹, 2018.

⁹⁷ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.479928805375478/479929195375439/?type=3&theater>>
 Acesso em: 01 de Março de 2019.

⁹⁸ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149/578661862168838/?type=3&theater>>
 Acesso em: 01 de Março de 2019.

⁹⁹ Disponível em: <<https://rioadentro.blogosfera.uol.com.br/2018/08/24/no-novo-disco-estamos-olhando-para-dentro-diz-cantor-do-baiana-system/>> Acesso em: 01 de Março de 2019.

Ao me deparar com a imponência dos múltiplos telões de *led* programados por Cartaxo e das luzes “dançantes” de Lígia Chaim, mais do que nunca em sincronia no palco do *Sulamericano Show*¹⁰⁰, me perguntei até que ponto a falta de um desses elementos seria tão comprometedor quanto fazer uma apresentação do *Àttooxxá* na Catedral de *Notre-Dame*, em Paris. Ao extrair a possibilidade de utilizar tais elementos, a musicalidade do BaianaSystem, a qual é indispensavelmente audiovisual, perderia parte de sua assinatura e muitos dos seus elementos constitutivos poderiam perder-se de modo similar às notas de *Bach*, que perdiam-se pelos tetos altos das catedrais góticas. Por mais distante que tal comparação possa parecer, o que estou tentando inferir é a ligação entre os diversos itens constituintes de determinada produção e a relação que possuem, por exemplo, com as suas formas de reprodução para que sejam apresentadas na sua completude.

Mesmo com esses questionamentos e suposições, é preciso frisar que o mais prudente para o artista é pensar em como extrair o máximo das possibilidades dentre as que lhes são disponibilizadas, independente de qual das instâncias fazem parte. Nesse sentido, ao mesmo tempo em que deve utilizá-las, acabará por descobrir outros usos possíveis, fazendo com que os programadores destas criem alternativas que atendam às novas demandas por eles requisitadas.

Cada vez mais essa disponibilidade torna-se condicionada às ferramentas e ambientes que não são construídos mais por pedras ou arcos, mas por *bits*. Nesse sentido, como essas novas interfaces entre criação e consumo, pensando no caráter audiovisual do Baiana, inferem na aplicabilidade *online* e como ocorre o diálogo com aquilo que está *offline*? Como as máscaras-careta¹⁰¹ de papel migram para as telas táteis de *smartphones*? Apesar de estar falando sobre questões estruturais que mostram-se inicialmente distintas, tal reflexão torna-se útil ao perceber que a partir da presença de determinados elementos ou de concebemos produtos pensando no modo em que serão consumidos, poderemos utilizar mais os aparelhos para produzirmos produtos em função dos anseios dos funcionários¹⁰² que os utilizam e os concebem.

A partir desse mote de observação, me interessou adiante perceber mais especificamente como a midiaticização, enquanto ambiência, torna-se cada vez mais um agente catalisador das quebras das programações anteriormente atuantes nesse cenário musical. Nessa zona de retroalimentação, programas passam também a pautar as criações dos usuários. Ao olhar para

¹⁰⁰ O *Sulamericano Show* é o atual formato de apresentação ao vivo lançado pelo BaianaSystem como parte dos produtos do álbum *O Futuro não demora* (2019).

¹⁰¹ Denominei máscaras-careta o conjunto de máscaras, tanto físico quanto virtual, concebido pelo BaianaSystem que é constituído por máscaras inspiradas em símbolos que fazem parte da identidade visual do grupo musical.

¹⁰² (FLUSSER, 2002).

tais questões, inferi que a partir da atual exacerbação desse fenômeno nos produtos e relações da indústria fonográfica, há uma intensificação de criações que primam pelo audiovisual. Tendo em vista esse constante diálogo entre programas, funcionários, fotógrafos, aparelhos e suas programações, optei por continuar me baseando a partir da ótica de Vilém Flusser (2002; 2008) e de seus conceitos. A partir disso, me interessa perceber como os usuários, ao fazer uso dessas mídias, podem ir em busca de possibilidades criativas que estejam fazendo emergir novas possibilidades que tornam-se vigentes, mas que passam a ser cada vez mais utilizadas em prol da vontade dos usuários ao invés de continuarem apenas subjugadas aos seus programadores.

Nesse sentido, a “nova” programação dessas relações, fomentadas pelas tecnomediações, passa a programar criações que transformam esse mercado fonográfico cada vez mais em audiovisual. Para chegar até a esse ponto de observação, é necessário perceber antes como a busca por novas possibilidades está moldando produções, plataformas e o próprio mercado fonográfico e como essas programações "quebradas", que aqui entendo enquanto novas possibilidades criativas, tendem progressivamente ao imagético. Em paralelo, observei como a ambiência criada a partir dessas perspectivas e que até então estava atrelando-a mais especificamente à midiatização, desdobra-se em efeitos desse fenômeno comunicacional, insurgindo-se através de imagens técnicas.

5.2 SONAR: EM BUSCA DE PORTAS E PORTAIS PARA PRODUZIR ALÉM DO PROGRAMADO

Ao optar por utilizar como um dos embasamentos teóricos as pontuações feitas por McLuhan (1964), me deparei com variadas críticas que vão de encontro com o seu suposto determinismo tecnológico, pois muitas das suas assertivas colocam os aparatos tecnológicos como moduladores das regras que regem a mídia e suas conseqüentes relações socioculturais. Todavia, tal teórico apontava para além deste tom determinista, indicando a urgência de percebermos a relação de caráter mútuo, na qual ao mesmo tempo em que a tecnologia molda essas conexões é por elas moldada.

Ao retornar mais uma vez à importância do caráter social da tecnologia, indicado por Braga (2012), percebi que McLuhan (1964, p.21) apontou um caminho de observação deveras parecido, apesar dos tons distintos, ao colocar que “muita gente estaria inclinada a dizer que não era a máquina, mas o que se fez com ela, que constitui de fato o seu significado ou mensagem.” O *smartphone*, por exemplo, é um dos principais aparatos tecnológicos utilizados atualmente. Através de seus sistemas operacionais e suas possibilidades de aplicativos, existem

inúmeras possibilidades de usos. Por mais que cada uma delas tenha limites para os esgotamentos de tais fins, é o usuário que irá dar sentido a estas funcionalidades, podendo este contrapor a intencionalidade inicial programada por seus criadores. Até certo ponto isso pode funcionar como uma espécie daquilo que McLuhan (1964, p.19) denominou como “rebelião contra os padrões impostos”.

O celular no formato que citei começou a ser idealizado em meados da década de 90 e tinha como objetivo disponibilizar a possibilidade de realização de atividades que iriam além do princípio inicial dos telefones móveis, o de facilitar a comunicação ponto a ponto. Anos depois, inúmeras alternativas ampliam esse propósito inicial, transformando até mesmo o modo de se comunicar, alterado por aplicativos tais como o *Whastapp*¹⁰³, o qual dentre as mudanças decorrentes modificou a forma como entramos em contato com alguém via telefone. Por mais que o surgimento de novas possibilidades e evoluções seja uma constante, muitas delas surgem a partir do uso que os usuários fazem de tais aparelhos. Caso não tivéssemos continuamente buscando entender quais os limites desses aparatos tecnológicos e como poderíamos de certa forma transpassá-los, a fim de produzirmos para além do que já era proposto, poderíamos estar apenas com versões mais modernas e com *design* mais arrojado do velho conhecido tijolão¹⁰⁴ *Nokia 6120*¹⁰⁵.

O próprio *Instagram*, utilizado aqui como um dos *locus* de observação do objeto central de estudo proposto, surgiu em 2010 com a seguinte descrição, segundo o *site* Mlabs¹⁰⁶ (*online*, 2017): “tire uma foto e depois escolha um filtro para transformar sua aparência em uma memória a ser guardada para sempre”. Em uma década de existência, quantas funcionalidades surgiram que extrapolaram esse intuito inicial e tornam-se novos tipos de programas? Quantos filtros¹⁰⁷ recentes, além dos oito inicialmente disponibilizados, surgiram? A própria aplicação desse recurso, implementado em 2017, veio através de um desdobramento do grande número

¹⁰³ Aplicativo criado em 2009, cuja principal funcionalidade é a troca de mensagens entre seus usuários, a qual pode ser estabelecida a partir áudio, texto ou por composições imagéticas através do uso pela *internet*. Disponível para *smartphones* Android, iOS, Windows Phone, Nokia e computadores Windows e Mac. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/whatsapp-historia-dicas-e-tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-o-app/80779>> Acesso em: 05 de Abril de 2019.

¹⁰⁴ Expressão popular utilizada para fazer referência ao tamanho de terminados aparelhos, devido a esses se assemelharem a um tijolo, item de material de construção.

¹⁰⁵ Disponível em: <<http://www.coisasdavid.net.br/2008/02/zapeando-pela-internet-achei-o-novssimo.html>> Acesso em: 05 de Abril de 2019.

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/instagram/>> Acesso em: 05 de Abril de 2019.

¹⁰⁷ Elementos que funcionam na aplicação em imagens a serem compartilhadas em redes sociais *online*.

de usuários do *Snapchat*¹⁰⁸, aplicativo concorrente cuja sua principal função era produzir vídeos onde o usuário poderia aplicar diferentes opções delas.

Além dos efeitos e ferramentas disponibilizados por esses aplicativos, usuários passaram a poder criar filtros e máscaras que iam além dos inseridos inicialmente nesses programas. Ao entrarmos atualmente na galeria desses elementos disponibilizados no *Instagram*, nos deparamos com uma infinidade de opções, dentre as quais várias foram criadas por seus usuários. Entretanto, na fase de testes da ferramenta apenas usuários e empresas autorizadas poderiam fazer criações no *Spark AR Studio*¹⁰⁹, fato que mudou em agosto de 2019 quando o aplicativo liberou a criação a todos os utilizadores. Mais recentemente, o filtro *Sasha Dog* (Figura 18), criado por Antonio Ruggiero, foi um dos que viralizou entre os usuários. A criação consistia em fazer aparecer através do uso de realidade aumentada a simulação virtual de um cachorro em 3D, possibilitando ao usuário alterar as dimensões do animal e inseri-lo às imagens produzidas.

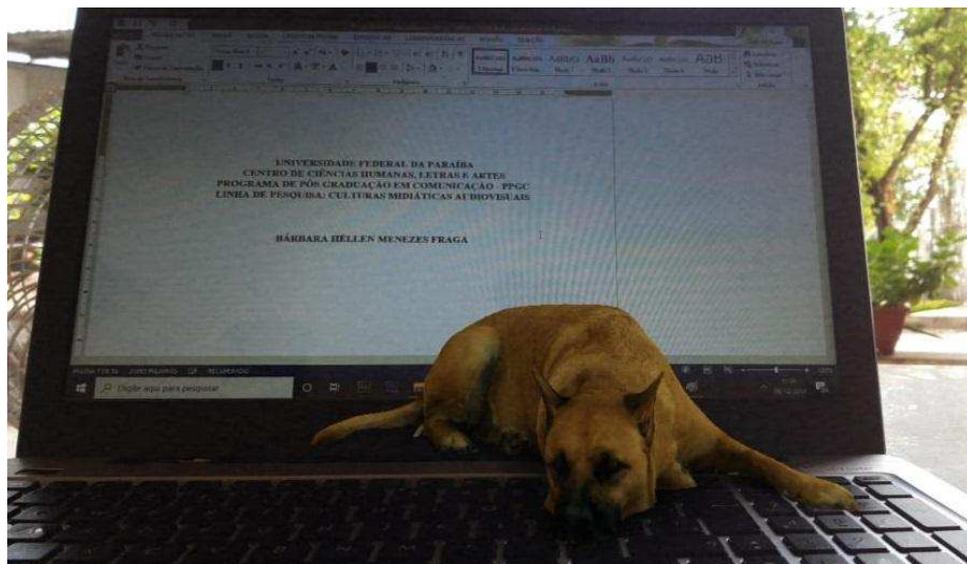


Figura 18 - Aplicação do filtro *Sasha Dog*
Fonte: Acervo Pessoal.

Ao pensar nessa constante absorção de ferramentas que ocorre continuamente por desenvolvedores de produtos midiáticos, tentei observar como ocorre essa aderência por parte dos artistas musicais. Na atual zona midiaticizada da indústria fonográfica, é possível perceber como esses elementos podem ser utilizados enquanto possibilidades criativas. A partir da

¹⁰⁸ Criado em 2011, o aplicativo foi desenvolvido *Evan Spiegel, Bobby Murphy e Reggie Brown*. Estabelece a possibilidade de comunicação via foto, vídeos, textos ou adicionando desenhos à imagem, os quais ficarão disponíveis para os seguidores dos usuários durante tempo determinado por quem os produz. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/empresa/snapchat/>> Acesso em: 05 de Abril de 2019.

¹⁰⁹ *Software* disponibilizado pelo *Facebook* para a criação de filtros de realidade aumentada que possam ser utilizados nas redes sociais *online*. Disponível em: <<https://sparkar.facebook.com/ar-studio/>> Acesso em: 05 de Abril de 2019.

intenção de divulgar o lançamento do EP *Solo*¹¹⁰, lançado em 2018, a cantora Anitta que durante certo tempo foi a única artista nacional autorizada a criar filtros no *Instagram*, lançou uma opção para ser utilizada através dos *stories* do aplicativo. Além desse, na galeria da ferramenta é possível encontrar filtros com frases de músicas de outros estilos musicais, tais como do bregafunk de Recife, ou composições com elementos que remetem a outros artistas musicais, como, por exemplo, a cantora *Rihanna*, *Pablo Vittar* e do próprio *BaianaSystem*.

Independente do ambiente em que habitam, as criações do grupo musical do objeto de estudo dessa pesquisa passam por uma constante aplicação estética em todos os produtos midiáticos disponibilizados nessas redes, fato que propicia uma identidade visual, independente se estão presentes nos telões do *show* ou nos *stories* do *Instagram*. A migração daquilo que é reproduzido *output*¹¹¹ a partir do *input*¹¹² de programas e aparelhos se dá de diferentes formas. A partir desse mote de observação, como se dá a apropriação de ferramentas *online*, com base em práticas realizadas na vida *offline*? Em busca de compreender esses questionamentos e quais as portas que podemos detectar em busca de novos portais de passagem, sigamos refletindo a respeito dessas experiências da indústria fonográfica a partir, sobretudo, das perspectivas do *BaianaSystem*.

5.3 ENTRE O INPUT E OUTPUT: OS ENTREMEIOS DO BAIANASYSTEM

Uma das características presentes nas apresentações ao vivo do *Baianasystem* é a distribuição para o público presente de máscaras (Figura 19), elementos inspirados em personagens do carnaval da Bahia e feitos de papel. O elemento em questão é uma variação do símbolo base utilizado na identidade visual do grupo, a qual está embebida em elementos da cultura popular baiana, seja através das cores, seja através das formas. Em relação à estética adotada pela banda:

São muito presentes, por exemplo, as máscaras, inspiradas pelos caretas, tradicionais personagens do Carnaval no Estado. Já a presença das cores azul e branco certamente remontam às pinturas das casas no interior baiano e às comemorações do Dia de Iemanjá. (RIBEIRO, 2017, *online*¹¹³).

¹¹⁰ Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/5uDIgInMIye9dIW7u9yU1S?si=G20jP43IRZCPxrZ8NJE9FA>> Acesso em: 21 de Abril de 2019.

¹¹¹ “[...] o output de todo aparelho alimenta outro (FLUSSER, 2002, p.52).”

¹¹² “[...] o input de cada um deles é alimentado por outro aparelho (FLUSSER, 2002, p.52).”

¹¹³ Disponível em: <https://www.vice.com/pt_br/article/qkqejv/baianasystem-mascaras-filipe-cartaxo> Acesso em: 25 de Abril de 2019.



Figura 19 - Máscaras-careta BaianaSystem
 Fonte: Antonello Veneri, *Vice online*, 2017.

Por mais que as máscaras tenham formatos e cores guia, ao se apresentarem em determinadas cidades ou eventos, esses elementos passam por adaptações a fim de serem adequados às temáticas ou às estéticas das apresentações. Por consequência, muitos dos elementos visuais utilizados nos materiais presentes nos *shows* absorvem elementos locais, assim como os produtos audiovisuais disponibilizados nas redes sociais na *internet* do grupo. Ao se apresentarem em locais como Recife, por exemplo, e conceberam o material de divulgação da apresentação na cidade, formas e cores-chaves da representação visual do Baiana foram aplicadas (Figura 20) em um dos símbolos do *Mangue Beat*¹¹⁴, o caranguejo, presente na cultura pernambucana. Do mesmo modo, essa inserção¹¹⁵ (Figura 21) ocorreu no lançamento do *single Alfazema*¹¹⁶, gravado com a banda Nação Zumbi, a qual foi criada por um dos fundadores desse movimento cultural pernambucano.

¹¹⁴ Movimento musical criado na década de 1990 em Recife, Pernambuco, cujo um dos maiores expoentes foi o cantor *Chico Science* e que teve como obra marcante o disco *Da Lama ao Caos* (1994), da *Nação Zumbi*. A partir de referências pautadas nas influências do maracatu e de elementos como o mangue, proporcionou uma influência cultural que perdura até os dias de hoje.

¹¹⁵ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BeqJzQDH8mw/?igshid=trt0k6qiy9sx>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.

¹¹⁶ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/0DaMxhrFFLWFSs41y64XdP?si=oi94pU2rTzmfUkkT84EbcA>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.



Figura 20 - Arte gráfica de divulgação do *show* do BaianaSystem em Recife

Fonte: Captura de *storie* da tela do *Instagram* do BaianaSystem.



Figura 21 - Alfazema, BaianaSystem e *Nação Zumbi*

Fonte: Captura de *storie* da tela do *Instagram* do BaianaSystem.

Outra prática comum do grupo baiano é colocar como temáticas de roteiro dos materiais utilizados nos *shows* da banda ou dos diversos outros divulgados nas suas redes sociais na *internet*, as pautas sociais atuais. A absorção dessas temáticas transitam entre as letras de músicas, discursos realizados durante as apresentações ao vivo e materiais audiovisuais produzidos. Em *Navio*¹¹⁷, por exemplo, parte da letra faz referência ao Mestre Moa do Katendê, assassinado durante o período eleitoral de 2018.

Outras tantas assimilações são constantemente realizadas pelo grupo musical, tais como o *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rouseff e o desejo de parte da população por novas

¹¹⁷ “Voa, voa, voa, mestre vive. Voa, moa, moa, mestre vive” (BAIANASYSTEM, 2019). Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/0VjyKaDsZ29g00cvIywo5t?si=vpBvdolL8S6agQLvQNFNZCA>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.

eleições¹¹⁸ ou o ataque de Jair Bolsonaro ao educador Paulo Freire¹¹⁹. Em ambos os casos, produtos midiáticos foram produzidos pela banda e circularam entre os ambientes *online* e os palcos em que se apresentaram. Vejamos outra possibilidade desse diálogo, percebendo-a a partir de uma forma um pouco mais específica.

O vídeo-manifesto¹²⁰ #Elenão (Figura 22), postado no *Instagram* e no *Facebook* do grupo um dia antes do segundo turno das eleições presidenciais de 2018, transpõe os valores socioculturais por eles aderidos, a partir da assimilação de uma agenda extremamente importante à época de sua postagem. Sei que tais escolhas estão interligadas também a diversas outras questões, relacionadas à formação de público-alvo, capital simbólico, cultural e econômico, que transcendem a questão de ativismo propriamente dito. Contudo, voltando para o cerne de minhas questões, ao absorverem desse modo assuntos amplamente difundidos através dos discursos proferidos por Russo Passapusso nos palcos por onde passam, os traduzem em composições imagéticas e fomentam um outro tipo de retroalimentação entre os ambientes *offline* e *online*.



Figura 22 - vídeo-manifesto #Elenão
Fonte: Capturas de tela feitas a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

A fim de continuar nesse viés de análise, observemos como ocorre o diálogo entre as máscaras entregues ao público no *show* e a sua migração para aplicativos. Conforme dito anteriormente, a criação de filtros pelos usuários do *Instagram* foi liberada de forma

¹¹⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BVCO0ibnlX/>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.

¹¹⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/By8KijlQO6/>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.

¹²⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BpdQpbng5n9/?igshid=1o7n7gb69lypn>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.

indiscriminada apenas recentemente. Por mais que o BaianaSystem já tivesse inserido a possibilidade de seus fãs fazerem *selfies* utilizando máscaras digitais, através do plataforma da *GlobalTek*, essas criações passaram a estar presentes também no aplicativo multimídia.

A utilização do filtro do grupo baiano passa a ser disponibilizada a partir do momento em que o usuário segue o perfil banda nessa rede social. Ao entrarmos no *Instagram*, após essa ação, e abrirmos a câmera inserida na seção dos *stories*, nos deparamos com a possibilidade de utilizar quinze diferentes máscaras (Figura 23), as quais alternam-se entre diferentes opções de formas e cores, além da opção de colocarmos a imagem do cenário em que estamos inseridos em preto e branco ou colorido. Dentre as opções que podem ser utilizadas, algumas referem-se aos elementos semióticos e cores-chaves da identidade visual do Baiana, tais como a que representa o símbolo da banda.



Figura 23 - Filtro *Abre o olho careta*

Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

Além destas, dois tipos desse “acessório” me chamaram atenção. O primeiro deles refere-se às máscaras que foram disponibilizadas após o lançamento do disco *O Futuro não demora* (2019) e que referem-se à estética utilizada no *Sulamericano show*, o qual comporta o repertório inserido nesse trabalho fonográfico mais recente. Uma iconografia possível de ser traçada através da análise dos elementos pertinentes à representação visual desse trabalho autoral, possivelmente apontaria um dialogismo (Figuras 24 e 25) entre as visualidades presentes no palco multi-tela do *show* dessa turnê e das máscaras dessa temática presentes no *Instagram*. Nesse sentido, as cores vermelho, amarelo e verde, se juntam às demais predominantes na identidade do Baiana. Ademais, outros elementos tornam-se virtuais através de ilustrações que os representam imagetivamente, passando a migrar para os telões do *show* e

estampar algumas das máscaras virtuais do aplicativo, tais como o punho cerrado constantemente erguido por Passapusso no palco e que é um símbolo comumente utilizado para representar movimentos de enfrentamento e resistência.

Uma outra máscara que se diferencia entre as várias disponíveis nos aplicativos abordados faz referência a um elemento deveras utilizado na identidade visual do disco anterior ao que acabei de citar. *Duas Cidades* (2016) teve como um dos principais elementos de composição imagética imagens do público do bloco *Navio Pirata*, em Salvador. Nas apresentações ao vivo desse trabalho, as imagens desses indivíduos eram distribuídas por entre *gifs* e vídeos que estampavam as telas utilizadas nos *shows*. A fim de complementar essa unidade de composição, os rostos dos foliões passaram a estampar além desses materiais audiovisuais e da capa dos produtos fonográficos físicos (Figura 26) mais uma máscara (Figura 27) disponibilizada nos filtros do BaianaSystem.

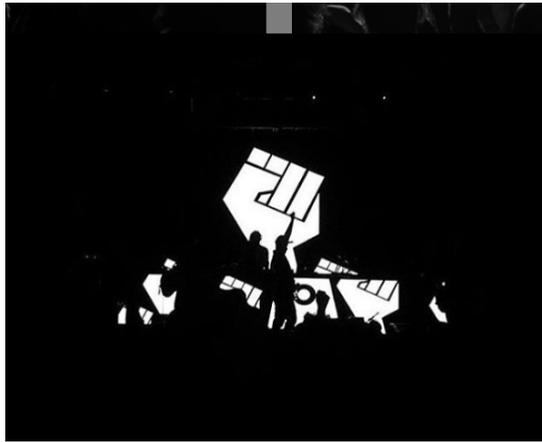


Figura 24 - Punhos cerrados
Fonte: Ândrea Possamai, 2016.



Figura 25 - Máscara *Sulamericano Show*
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do Instagram do BaianaSystem.



Figura 26 - Capa do Lp *Duas Cidades* (2017)
Fonte: *Trabalho Sujo*¹²¹, 2017.



Figura 27 - Máscara *Duas Cidades*
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do Instagram do BaianaSystem.

¹²¹ Disponível em: <<http://trabalhosujo.com.br/duas-cidades-em-vinil/>> Acesso em: 25 de Abril de 2019.

A partir dessas retroalimentações de experiências contínuas realizadas entre aquilo que pode ser visto ao irmos a um *show* do BaianaSystem e aquilo que podemos consumir no ambiente *online*, muitos outros elementos transitam de forma fluida. O público presente nas apresentações brinca com as máscaras virtuais e as de papel distribuídas pela produção da banda (Figura 28), criando vídeos-registro das apresentações que reforçam a simbologia e identidade do grupo e que são utilizados como materiais de alimentação das suas redes sociais *online*. A respeito dessa produção, é possível encontrá-la distribuída em seções dos destaques no perfil do *Instagram* da banda, dentre as quais uma, nominada como Virtual (Figura 29), é destinada apenas para repostar materiais produzidos pelos fãs ao utilizarem os filtros em questão.



Figura 28 - Entre o virtual e o real: máscaras virtuais em registro de *show*
Fonte: Captura de tela feita a partir de um *storie* repostado no perfil do *Instagram* do BaianaSystem.



Figura 29 - Seção dos destaques destinada aos filtros do BaianaSystem
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

5.4 SOB A ÉGIDE DO LAÇO DE MCLUHAN: O FLUXO RESPONSIVO DAS PROGRAMAÇÕES

Até aqui observei prioritariamente a produção do objeto central de estudo dessa pesquisa a partir de muitas perspectivas que estavam locadas no *Instagram*. Todavia, essa quebra entre as esferas do que era tradicionalmente apenas *online* e do que é utilizado na vida *offline* acontece de modo similar em outras plataformas. Além disso, esses programas estão imersos nessa constante fluidez de reprogramações de suas configurações iniciais. O *Youtube*, por exemplo,

surgiu como uma espaço de compartilhamento de vídeos caseiros, como já citei anteriormente. Ao postar *Me at the Zoo*¹²² (Figura 30), vídeo que mostra por menos de vinte segundos um homem na frente de uma jaula de zoológico, Jawed Karim¹²³ provavelmente não imaginava todas as ferramentas e usos posteriores que seriam inseridos na plataforma. Nem que o caráter amador das produções iniciais compartilhadas iria desdobrar-se em inúmeras vertentes de criações profissionais que alimentam diferentes indústrias que habitam nesse ciberespaço.



Figura 30 - *Me at the Zoo*

Fonte: Captura de tela do canal do Youtube *jawed*, 2005.

Dentre essas indústrias, uma das mais afetadas é a do mercado fonográfico. De acordo com dados obtidos através do treinamento *Cresça com o Google*¹²⁴ (informação verbal), por mais que uma boa parcela desses usuários estejam locados em serviços como o *Spotify* e o *Deezer*, cerca de 80% da população brasileira consome música através do *Youtube*. Fato que gera cerca de 98 milhões de usuários mensais e faz com que 75% dessa parcela utilize mais a plataforma do que outros serviços de *streaming*.

A partir desses dados, poderíamos pensar que estes fazem parte apenas de mais um dos tantos movimentos migratórios de consumidores por entre os meios de comunicação. Seria somente um deslocamento dos videoclipes antes distribuídos em *Top Hits*¹²⁵ de canais televisivos para esse ciberespaço configurado por esses novos aplicativos e redes sociais na *internet*? Caso a resposta a esse questionamento fosse positiva, teríamos apenas certa convergência midiática. Entretanto, o que vem ocorrendo a partir da intensificação da midiática do mercado fonográfico para além da alteração das relações de seus interagentes é a modificação no modo de pensar os produtos de sua indústria e como os programas passam a ser moldados nesse fluxo responsivo.

¹²² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>> Acesso em: 07 de Novembro de 2019.

¹²³ Um dos fundadores do *Youtube*.

¹²⁴ Informação obtida durante o treinamento *Cresça com o Google*, o qual ocorreu em João Pessoa, em 2018.

¹²⁵ Referência a programas televisivos que elencavam os videoclipes mais pedidos pelo público.

De acordo com Silva (2009), a performatividade que Elis Regina apresentava ao cantar fez com que o modo como os enquadramentos das transmissões de *shows* ao vivo eram executados na televisão fossem repensados. Nessa zona de constante adequação decorrente dos usos ou formas que transpõem àquilo que já é minimamente pré-determinado, fotógrafos e programas são modificados, em um constante movimento de moldagem. Nesse sentido, estaríamos constantemente envolvidos naquilo que McLuhan (O DESPERTAR DE MCLUHAN, 2002) chamou de laço, ao apontar que ao mesmo tempo em que damos formas às ferramentas elas nos dão forma, conforme me referi anteriormente. Tendo em vista isso, como acontece essa adequação das produções no *Youtube* e como a plataforma se adequa às novas demandas que surgem?

Pensando nesse ponto de transição, me deparei com o primeiro vídeo¹²⁶ (Figura 31) compartilhado pelo BaianaSystem na plataforma, em 2009. Através de um plano sequência contínuo, com planificações que se alternam através do uso do *zoom*, é possível visualizar uma espécie de ensaio do grupo musical em estúdio. A gravação transita por entre o espaço mostrando cada um dos músicos, mas apresentados na ordem estabelecida por quem os filmou. Uma década depois, podemos ter a experiência de assistir do sofá de casa a quatro *shows* gravados em 360° graus¹²⁷ (Figura 32) e a outro, um pouco mais antigo que os demais, transmitido em 180° graus. Nessas experiências, diferentemente do primeiro produto audiovisual postado, o espectador pode assistir as obras com a liberdade de transitar entre esse espaço virtual através de um botão situado no canto superior do vídeo através do qual é possível mudar o direcionamento da imagem assistida.



Figura 31 - *Da Calçada pro Lobato*
Fonte: Canal do *Youtube* do BaianaSystem.



Figura 32 - *Show 360°* do BaianaSystem
Fonte: Canal do *Youtube* do BaianaSystem.

¹²⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=autZNKm02BU>> Acesso em: 16 de Novembro de 2019.

¹²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/baianasystem/videos?view=0&sort=dd&shelf_id=0> Acesso em: 16 de Novembro de 2019.

A implementação da ferramenta nem é tão recente assim. Apesar da produção desses materiais vir se intensificando nos últimos anos, o uso dessa possibilidade está disponível desde 2015, ano em que as empresas Intel e Kolor lançaram o primeiro videoclipe 360° graus em 4K na plataforma, segundo o site *canaltech*¹²⁸. A partir da divulgação da possibilidade de utilização dessa ferramenta, além de empresas de setores diversos em geral, artistas do meio musical passaram a produzir produtos que utilizavam esse novo formato. Uma das primeiras cantoras a lançar esse tipo de material foi Noa Neal, ao produzir o videoclipe da música *Graffiti*¹²⁹ (2015). Seguindo a mesma onda, a islandesa Björk gravou o videoclipe de *Stonemilker*¹³⁰ (2015) e o Dj e produtor musical sueco Avicii lançou o vídeo da faixa *Waiting For Love*¹³¹ (2015), sendo essas algumas das experiências que ganharam ampla repercussão no cenário musical.

No mesmo ano dessas produções, a cantora Ivete Sangalo lançou o videoclipe da música *O Farol*¹³², primeiro produto brasileiro do gênero a utilizar esse recurso e um dos que teve um dos maiores números de acesso no mundo. Mais recentemente, a cantora Céu lançou no *Youtube* o produto audiovisual da faixa *Amor Pixelado*¹³³, canção do álbum *Tropix*. De modo similar ao produto lançado por Ivete, no qual o espectador pode transitar virtualmente em diferentes cenários mas que estão agrupados em uma única locação, no videoclipe da cantora paulista as ações acontecem de modo contínuo e sequencial, em uma espécie de bar/restaurante. Em ambos os casos, os produtos audiovisuais apresentam um espaço cênico no qual a interatividade decorre a partir de um ponto de vista central, através do qual as ações acontecem ao seu redor. A partir dele é que o espectador pode mover o seu olhar e escolher através de qual angulação irá acompanhar as cenas do produto em questão.

No videoclipe de Céu, por exemplo, se apenas apertarmos o *play* sem utilizarmos o botão de controle 360°, somos direcionados a um ângulo que não necessariamente privilegia boa parte das ações que ocorrem no produto audiovisual. Poderíamos assim, por exemplo, não percebermos a performance (Figura 33) feita pelas personagens que estão situadas na cozinha do espaço utilizado como locação, pois ela ocorre em segundos e em um rápido giro pelo local o espectador poderia não percebê-la. Na cena inicial de *Saturnz Barz (Spirit House) 360°*¹³⁴, do

¹²⁸ Disponível em: <<https://canaltech.com.br/internet/youtube-divulga-primeiro-videoclipe-interativo-em-360-graus-37909/>> Acesso em: 16 de Novembro de 2019.

¹²⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=LBvJ9Q6Lddo>> Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

¹³⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gQEYezu7G20>> Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

¹³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=edcJ_JNeyhg> Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

¹³² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RbwYNNkvnBM>> Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

¹³³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AbAArShgnTg>> Acesso em: Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

¹³⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=IVaBvyzuypw>> Acesso em: Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

Gorillaz (Figura 34), o ponto central de visualização pré-determinado pelos programadores apresenta um enquadramento através do qual é possível ver apenas um dos personagens da banda e parte de um *tablet*. Ao reenquadrar as ações, encontrei outros integrantes sentados no lado contrário do quadro central, bem como percebi que o vídeo transmitido pelo aparelho citado trata-se da primeira sequência fílmica do videoclipe em formato tradicional¹³⁵ do *single*.



Figura 33 - Amor Pixelado, videoclipe de Céu
Fonte: Canal no Youtube de Céu, 2019.



Figura 34 - Saturnz Barz (*Spirit House*) 360°, Gorillaz
Fonte: Canal no Youtube do Gorillaz, 2017.

Na apresentação do BaianaSystem no Navio Pirata durante o carnaval de Salvador, intitulada de *BSLive 360°*, é possível conferir quase cerca de quatro horas e meia da realização do *show* no bloco carnavalesco sem cordas. Entre uma música e outra, Russo Passapusso se movimenta de uma ponta a outra pelo trio elétrico, enquanto os demais músicos permanecem em posições mais fixas no espaço. Comumente, existe uma tendência em assistir o material a partir da busca pelos enquadramentos que privilegiam a interação entre o vocalista do grupo musical e o público. Todavia, para além disso é possível acompanhar a movimentação da equipe técnica durante o *show*, podendo perceber, por exemplo, como Filipe Cartaxo trabalha em apresentações onde não está controlando as projeções do palco. Um percussionista que tenha curiosidade de saber como toca Japa System, percussionista da banda, poderia passar as quatro horas e meia com o enquadramento direcionado para a percussão e o músico, ignorando todos os elementos presentes no trio.

Ao comparar esses produtos com outras experiências de produção audiovisual feitas pelo Baiana, talvez do ponto de vista de qualidade técnica da transmissão esse formato não seja a melhor opção. Em transmissões tais como o *Baile Arapuca*¹³⁶ (Figura 35), a performatividade de Russo, bem como a interação entre música e imagem tão característica da banda, mal podem

¹³⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5qJp6xlKEug>> Acesso em: 21 de Novembro de 2019.

¹³⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=05mGJLIYP_M> Acesso em: 24 de Novembro de 2019.

ser percebidas. Fato que é alterado até certo ponto na transmissão do *BSLive London 360*¹³⁷ e *BSLive 180° - Lourimbau 70*¹³⁸(Figura 36), talvez justificada pelo tamanho dos espaços ser menor e o ponto central das câmeras estar situado mais próximo ao palco, questões que ocasionam uma melhor visualização dos elementos anteriormente descritos.



Figura 35 - Baile Arapuca 360°
Fonte: Canal no *Youtube* do BaianaSystem, 2019.



Figura 36 - *BSLive 180° - Lourimbau 70*
Fonte: Canal no *Youtube* do BaianaSystem,
2018.

Mesmo com esse grau de interatividade maior, proporcionado por essa ferramenta e nova forma de produção midiática, as escolhas as quais o espectador tem acesso ainda são limitadas por aquelas pré-estabelecidas por quem programou tal conteúdo. Apesar de *softwares*

¹³⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AbV1drAy9kI>> Acesso em: 24 de Novembro de 2019.

¹³⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-98G9luOwnI>> Acesso em: 24 de Novembro de 2019.

permitirem que os vídeos produzidos pelas diferentes câmeras que são utilizadas na gravação sejam unidos em um único conjunto para compor esse tipo de produto e por mais que possamos transitar virtualmente pelos espaços em que as apresentações aconteceram, continuamos presos a determinadas limitações, tais como aos planos cinematográficos impostos pelos posicionamentos das câmeras.

Apesar dessas constantes limitações que esbarram na programação de aparatos tecnológicos ou de concepção artística, tanto os espectadores quanto os artistas podem buscar escolhas de observação e concepção que, de certo modo, visem a explorar possíveis transposições a pré-determinações mais imediatas. Ao retornar aos escritos de Flusser (2002; 2008) tenho consciência de que ansiar por uma real quebra de programações é deveras ilusório. Contudo, podemos buscar pelo máximo de esgotamento das possibilidades possíveis, pois assim alimentaremos uma tendência ao surgimento de novas alternativas, ao desenvolvimento do não imediatamente usual, utilizando assim aparatos em função do anseio dos usuários e não apenas dos programadores.

Por isso é essencial que busquemos entender qual o princípio de cada um desses aparelhos, para que através dessa ótica possamos perceber como eles estão realmente sendo utilizados. Puxando para esse mote, é necessário continuar pensando na relação dialógica entre usuários e programas. Além disso, é preciso perceber como os artistas estão concebendo novos produtos a partir dessas novas possibilidades que surgem, ao mesmo tempo que esses programas modificam as suas “programações” iniciais para poder absorver possibilidades e propiciar futuras. Por mais que as barreiras estejam cada vez mais altas, retomando McLuhan (1964, p. 18), “a necessidade de entender os efeitos das extensões do homem se torna cada vez mais urgente.”

5.5 DESDOBRAMENTOS CONCEITUAIS: REMIDIAÇÃO, REMIXABILIDADE E OS EFEITOS DA MUDIATIZAÇÃO

Cheguei até aqui continuamente percebendo como a intensificação da midiáticação através das tecnomediações vem modificando as relações e a produção da indústria fonográfica. Entretanto, pensando a respeito da afirmação anterior de McLuhan (1964), posso inferir dentre vários efeitos possíveis para esse fenômeno comunicacional, sua aproximação a demais arcabouços teóricos, ocasionando, de certa forma, uma espécie de reconfiguração do fim propiciado por ele. No entanto, seria mais prudente pontuar que cada vez mais a exacerbação do ambiente midiaticado produz efeitos para além dos esperados para o cerne de sua questão.

Mesmo que esteja aqui me referindo a fenômenos comunicacionais, sei que a fim de que estes se manifestem é preponderante a existência de um *locus* de propagação. Nesse sentido, os meios utilizados pelos objetos de análise aqui propostos estão centrados em discussões cujo *habitat* está situado nas mídias audiovisuais.

Ao termos ciência de que independentemente de como essas se manifestem, perpassam por constantes modificações ocasionadas pela evolução dos artefatos comunicacionais, temos a partir dos apontamentos de Santaella e Nöth (2001, p.122), que o surgimento de novos sistemas não desloca os anteriores, mas favorece uma maior estratificação midiática propiciada pela adesão de novas camadas. Ao intercruciar esse pensamento, temos a insurgência do que Bolter e Grusin (2000) denominam como remediação. Para os autores, ao se referirem às tecnologias midiáticas recentes, seria mais apropriado falarmos em remodelagem das mídias anteriores ao invés de acreditarmos que estamos criando algo totalmente novo.

Desse modo, o diálogo por mim exposto nas primeiras páginas dessa dissertação encontra amparo em alguns desses teóricos, os quais reforçam o discurso de um dialogismo constante entre ferramentas midiáticas, materializado através de processos de incorporações e agrupamentos que geram uma nova mídia. Contudo, vale salientar de que esses processos devem visar à incorporação para além da mera inserção do conteúdo da mídia anterior.

[...] a representação de um medium em outro, ou seja, a passagem da propriedade de uma mídia para outra que agregue a segunda mais do que apenas o conteúdo da primeira ou, ainda, quando uma mídia é representada em outra (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 45).

Tendo em vista o famoso postulado de McLuhan (1964) de que o conteúdo de qualquer mídia é sempre outra mídia, qual o caráter de novidade que estaria sendo trazido aqui ao elencar tal teoria? Se sabemos que a base da linguagem cinematográfica veio da fotografia, nada mais natural do que as novas mídias, no sentido do termo elencado por Manovich (2005), estarem reprocessando não só esses campos, mas outros que estejam ao seu redor. Contudo, quando trago a remediação como um dos possíveis efeitos do atual grau de mediatização da sociedade contemporânea, estou chamando atenção para que as implicações por ele propiciadas sejam cada vez mais conscientes.

A partir da ubiquidade cada vez maior dos aparatos tecnológicos, muitas vezes processos midiáticos de transição passam despercebidos devido ao seu atual grau de naturalização. Por mais que atualmente conteúdos de entretenimento transitem livremente entre

meios de comunicação através de experiências que favoreçam a imidiação¹³⁹, ou seja, naturalizar a experiência midiática, por vezes faz-se necessário tendermos à hipermidiação¹⁴⁰. Ao evidenciar as interfaces tecnológicas, propiciamos uma tendência à compreensão de suas programações e a partir disso podemos saber se queremos ou não escondê-las e usufruí-las.

Ao nos depararmos com fotos que ao serem adicionadas a formas e letras tornam-se conteúdos de *singles*, videoclipes que são diluídos em diferentes postagens de divulgação de faixas musicais, vídeos-registros de *shows* que viram trechos de videoclipe, fotos que viram *gifs* animados, estamos diante dessa intensa zona de retroalimentação midiática. A própria máscara-careta do BaianaSystem sofre um processo de remidiação ao tornar-se filtro do *Instagram*. Pensando mais propriamente nesse caráter imidiático a que se referiram Bolter e Grusin (2000), tais filtros proporcionam o que para os autores é um dos efeitos das mídias digitais, pois propiciam um experiência *online* próxima da vivida no espaço real, nos *shows*.

Ao analisarmos os conteúdos distribuídos no ambiente midiático, veremos constantemente uma outra denominação para esses processos de convergência midiática e que vem sendo acentuada com a intensificação da midiática. Tal termo encaixa-se nos moldes do que Manovich (2005) definiu como remixabilidade e que, segundo o autor, por definição é o processo que através de construções e recombinações dos meios e informações que possuímos propicia a configuração de novos conceitos, ideias, *mashups* e formas.

Ao pensarmos na base do termo, logo nos deparamos em um primeiro momento com a cultura remix, utilizada de forma ampla pelo meio musical e que fomentou o gênero da música eletrônica, permeado por *Djs* e suas colagens e *mashups*. Entretanto, tal prática não é exclusiva desse tipo musical. O disco *Outras Cidades*¹⁴¹ (2017), do BaianaSystem, é proveniente de um processo de remixagem realizado a partir de releituras das faixas do *Duas Cidades* (2016), realizadas em processos colaborativos com a musicalidade de outros artistas. As imagens que ilustram boa parte dos produtos visuais atrelados ao último trabalho citado, são provenientes de remixagens de imagens do público presente no bloco Navio Pirata.

Durante certo tempo, não só na música, a remixabilidade de produtos midiáticos sofreu embates fomentados pela discussão de direitos autorais e até que ponto tal prática estaria

¹³⁹ O sentido de imidiação que recortei a partir dos escritos de Bolter e Grusin (2000), refere-se a uma de suas características que é a de propiciar uma interface transparente, ao ponto que devido a isso o usuário acaba por muitas vezes não percebê-la no momento em que interage com o conteúdo nela incrustado.

¹⁴⁰ Ao contrário do termo acima, de acordo com Bolter e Grusin (2000) em aplicações de hipermidiação a interface é explicitada durante os processos de consumo do usuário. Desse modo, passa a perceber a forma que molda os conteúdos relacionados.

¹⁴¹Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/2IEpFpadLc6e8nCN9qs1gJ?si=Nz0vRCh7RXCx6tGZQOvnlq>> Acesso em: 26 de Novembro de 2019.

amparada na legalidade. Contudo, seria possível pensar em algo que não fosse resultante de hereditariedades e apropriações? A essência da prática realizada pelo *DJ Tom Moulton*, em 1972, ao conceber o primeiro álbum de mixagem contínua, encontra reverberações no cenário midiático contemporâneo que transcendem o caráter musical e implica nas mais diversas práticas socioculturais.

Ao pensarmos nas questões midiáticas, por exemplo, podemos perceber que uma “nova” mídia é na realidade fruto de recortes de mídias anteriores. A própria cultura em si, segundo Manovich (2005), foi desenvolvida através de empréstimos e reconfigurações de outras culturas. O texto acadêmico que estou aqui delineando, por exemplo, é resultado de recombinações de autores, teorias, orientações e relatos de experiência que transcendem a minha exclusividade de produção. Logo, falar em ineditismos seria deveras inadequado. Devido a zona de observação que delimitarei ser a área de comunicação e música, voltemos à indústria fonográfica.

Enquanto algumas das linhas dessa dissertação eram delineadas, muitas músicas passaram por reprodutores de áudio, fazendo companhia nos dias de escrita, ou servindo como itens desse *corpus* de pesquisa. Coincidentemente, em um desses momentos os algoritmos trouxeram *Mannish Boy*¹⁴², canção do cantor de blues *Muddy Waters*. Por segundos, ao ouvir apenas a primeira estrofe, podemos ficar na dúvida se estamos prestes a escutar o disco *Bluesman*(2018) do rapper baiano Baco Exu do Blues, ver o filme oficial de nome homônimo¹⁴³, utilizado como divulgação dessa trabalho e que venceu o *Grand Prix do Cannes Lions* 2019¹⁴⁴, ou simplesmente ouvir a canção de Waters. Além de transitar por entre formatos midiáticos, o trecho da música original recebe novas aplicações, sendo colada à sequência musical e visual dos produtos, deixando de ser apenas estrofe musical para servir quase como uma epígrafe desses projetos do Baco Exu.

Nesse sentido, para entender tal processo é importante compreender o conceito daquilo que Manovich (2005) denomina como modularidade, colocando-o como um dos preceitos essenciais da produção em massa na modernidade. Ao destrinchar tal definição, o teórico pede para imaginarmos um panorama onde os bens culturais fossem constituídos a partir de outros blocos de construção, como que utilizássemos peças de lego para formar outros objetos. A partir

¹⁴²Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/58PSYdY0GFg0LFb2PxYk4T?si=UwwC0om9QfOwenALMuqOA>> Acesso em: 26 de Novembro de 2019.

¹⁴³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=-xFz8zZo-Dw>> Acesso em: 26 de Novembro de 2019.

¹⁴⁴ Festival internacional de publicidade que premia obras audiovisuais e que tem uma das suas categorias voltada para avaliar produtos audiovisuais provenientes da indústria fonográfica. O filme *Bluesman*, do Baco Exu do Blues dividiu a maior premiação do festival junto com *This is America*, do rapper americano Childish Gambino.

desses movimentos de colagem, inúmeros produtos midiáticos são produzidos, o que demonstra que apropriações como a de *Waters* pelo Baco Exu são cada vez mais comuns.

Ao entrar no perfil do *Instagram* do Máquina de Louco, selo do BaianaSystem, me deparei com uma das imagens utilizadas (Figura 37) como símbolo da rede social. Contudo, ao analisar um pouco melhor, vi que a representação imagética trata-se na verdade de um *frame* de *Tempos Modernos*¹⁴⁵ (Figura 38) em que Chaplin está deitado sobre uma grande engrenagem, à qual foi adicionada uma máscara-virtual do Baiana. Nesse mesmo processo de colagem, para utilizarmos as máscaras-careta no aplicativo da *Globaltek* devemos primeiro produzir uma fotografia para depois as adicionarmos, junto com a possibilidade de colocarmos os *BStickers* que são símbolos presentes em todo o cenário imagético do grupo musical em questão.



Figura 37 - Símbolo da Máquina de Louco
Fonte: Captura de tela da imagem de perfil do Instagram do selo Máquina de Louco.



Figura 38 - Frame de Tempos Modernos, Charles Chaplin
Fonte: Captura de Frame do filme Tempos, Modernos, disponibilizado no *Youtube*.

Ademais, plataformas e aplicativos proporcionam a intensificação desses processos, alimentados cada vez mais por um grau de autonomia dos consumidores, que exercem o papel de *prosumer*¹⁴⁶ e quase que ininterruptamente estão produzindo novos materiais a partir dos originais disponibilizados nas redes sociais na *internet*.

Poderia aqui citar inúmeros exemplos práticos dessa remixabilidade, passando pelos vídeos virais que surgem a partir de memes, tais como a música *Caneta azul*¹⁴⁷ que viralizou e ganhou inúmeras versões na *internet*, mas vamos perceber como as próprias ferramentas de alguns programas têm propiciado o aumento dessas concepções. A partir do intuito de amarrar a compreensão de ambos os efeitos que relatei até aqui, façamos uma rápida análise de um dos produtos recentemente lançados pelo BaianaSystem.

¹⁴⁵ **TEMPOS** modernos. Direção de Charles Chaplin. Estados Unidos, 1936. (87 min.), P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HAPilyrEzC4>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

¹⁴⁶ (TOFFLER, 1980).

¹⁴⁷ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MJe-NkiZjMY>> Acesso em: 27 de Novembro de 2019.

No *single Cabeça de Papel* (2019), um soldadinho é o protagonista do enredo. No texto da postagem¹⁴⁸ feita no *Instagram*, suas características são apresentadas, as quais mais uma vez referem-se a absorções dos valores sociais da banda e a críticas sociais. Em paralelo, no videoclipe da faixa musical essas características são traduzidas na caracterização visual do personagem que o protagoniza. Em um dos processos de remediação, as características visuais do rosto presente no produto audiovisual são transformadas em elementos que compõem um filtro novo (Figura 39) disponibilizado pela banda no aplicativo acima citado. Para além dessa possibilidade, o conceito visual é diluído imagetivamente em postagens de divulgação concebidas majoritariamente através de vídeos curtos que foram produzidos a partir de trechos do videoclipe, bem como imagens acompanhadas de criações textuais inseridas no corpo das postagens situadas na *timeline*.

Dentre os vídeos repostados nos *stories* da banda no dia da publicação do novo *single*, uma das postagens pode servir como exemplificação do que pontuei como remixabilidade. Um *gif* (Figura 40) produzido por um fã foi composto a partir de vários materiais desse tipo de mídia provenientes da galeria do próprio *Instagram*. Mesmo que possuíssem uma estética diferente da original, representavam simbolicamente seus elementos-chaves tais como a representação simbólica de um palhaço, de um soldado e do barquinho de papel. A criação foi apropriada pela banda, adicionada a um trecho da música lançada, gerando um vídeo que fora postado pelo grupo utilizado como forma de gerar conteúdo para a sua própria rede.



Figura 39 - Filtro *Cabeça de Papel*
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.



Figura 40 - *Cabeça de Papel* remixado
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

¹⁴⁸ Disponível em: <<https://www.instagram.com/tv/B5-gzUNIXrc/?igshid=1jpyrvhc7njh3>> Acesso em: 27 de Novembro de 2019.

Mesmo que a experiência acima tratada seja referente a um dos últimos produtos lançados pelo BaianaSystem, a modularidade citada por Manovich (2005) vem sendo aplicada aos produtos do grupo musical de diferentes formas e executada há certo tempo. Ao analisar parte dos materiais produzidos para a divulgação de *O Futuro não demora* (2019), me deparei com mini-documentários¹⁴⁹ que demonstram parte do processo criativo de concepção do disco. Entre seus elementos constitutivos, parte da narrativa é construída a partir do que me parecem ser áudios enviados através de aplicativos de conversa, tais como o *Whatsapp*. No vídeo postado no primeiro dia de 2019, o título do vídeo “eu tô bolando¹⁵⁰” é uma das frases proferidas por uma das integrantes do grupo *Samba de Lata de Tijucaçu* enviada a João Meirelles, um dos produtores do disco. O trecho recortado faz parte de uma gravação sonora encaminhada ao produtor explanando reflexões acerca do processo de concepção de determinada composição do álbum da qual o grupo musical faria participação.

Em outra produção audiovisual que perpassa por processos de remediações e remixagens e utilizou esse tipo de processo de composição, surge como protagonista Anninha, criança que ganhou visibilidade ao ter um vídeo em que canta um trecho da música *Saci*¹⁵¹ divulgado na *internet*. Nesse primeiro produto audiovisual¹⁵² (Figuras 41 e 42) é possível identificar apenas a voz infantil que canta um trecho da composição.



Figura 41 - Mini-doc *Aninha*
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.



Figura 42 - Frame do Mini-doc *Aninha*
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

¹⁴⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BtCKCPSg9e6/>> Acesso em: 30 de Novembro de 2019.

¹⁵⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BsGQAz7Aazg/?igshid=18w648mj8201g>> Acesso em: 30 de Novembro de 2019.

¹⁵¹ Disponível em: <https://open.spotify.com/track/OJODkg3g4Pn6MgeNyaARIF?si=4Mt_LAE3QEuE_jDBh3NC-Q> Acesso em: 30 de Novembro de 2019.

¹⁵² Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BrnSaYhgs--/?igshid=48n84n6kq0cj>> Acesso em: 30 de Novembro de 2019.

Após o compartilhamento desse material, a menina foi convidada para gravar em estúdio o mesmo trecho do áudio para compor a faixa musical do disco mais recente e a ser uma das personagens do videoclipe¹⁵³ correspondente que foi lançado tempos depois. O início desse produto é a encenação dela ligando (Figura 43) para o outro personagem e reproduzindo a mesma fala em questão. Além disso, semelhante ao caso do *Samba de Lata de Tijuacu*, um áudio no qual existe um diálogo estabelecido com Russo Passapusso, o que Anninha diz vira uma espécie de introdução de um desses mini-docs.



Figura 43 - Frame do videoclipe *Saci*, BaianaSystem (2019)
Fonte: Canal no *Youtube* do BaianaSystem, 2019.

A fim de demonstrarem o amplo alcance de seus produtos, artistas compartilham cada vez mais publicações do seu público alvo e a repostagem torna-se uma forma cada vez mais presente nessa rede social. Nesse sentido, muitas vezes os limites entre produtor e consumidor desses produtos midiáticos são quebrados. Nessas quebras de programação, nem sempre determinada ferramenta vai ser utilizada exclusivamente de acordo com a sua principal funcionalidade.

O *boomerang*¹⁵⁴ foi mais uma ferramenta disponibilizada pelo *Instagram*. Como princípio básico, através dela seria possível realizar *gifs* animados através da captação de mini-vídeos que ao serem colocados em repetição contínua funcionavam nesse formato e eram postados individualmente pelos usuários. Entretanto, quebrando essa funcionalidade inicial, a banda mineira Pato Fu produziu o videoclipe *Private Idaho*¹⁵⁵ (Figura 44), em 2018. Ao invés de sequências audiovisuais tradicionais desse gênero, o produto foi feito exclusivamente a partir

¹⁵³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BD2Ff_ZKcDE> Acesso em: 30 de Novembro de 2019.

¹⁵⁴ Funcionalidade do *Instagram* que a partir da captação de fotos em sequência produz um vídeo curto, o qual é reproduzido em modo contínuo.

¹⁵⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=grQuf-Jfv7c>> Acesso em: 30 de Novembro de 2019.

diversos *boomerangs* produzidos durante apresentações da banda, os quais mesclaram-se à letra da música e às imagens do *show* e resultaram em um *lyric video*¹⁵⁶.



Figura 44 - Private Idaho, Pato Fu, 2018.
Fonte: Canal no *Youtube* da banda Pato Fu.

Além de as produções se adequarem às possibilidades que surgem, a intensificação de certos formatos faz com que os programas adaptem-se também, como já pontei inúmeras vezes anteriormente. A partir da intensificação do uso e criação de máscaras por parte dos usuários, por exemplo, uma nova seção foi adicionada ao *template* dos perfis do *Instagram* para que nela fiquem armazenados os filtros disponibilizados por eles. O *Facebook* passou a comportar também a criação de *stories* e do uso de filtros. Além disso, capas¹⁵⁷ de perfis comerciais ou pessoais que antes permitiam apenas o uso de imagens estáticas, passaram a ter a opção de carregar imagens no formato de vídeo. Contudo, a alteração das configurações de um programa são naturais e constantes, tendo em vista ao pensamento de Braga (2012), pois é a partir do uso que essas tecnomediações são desenvolvidas e adaptadas.

Assim, de certa forma, há um constante processo desses efeitos comunicacionais ocorrendo nesse ambiente virtual, transitando por entre formatos e adicionando para além do conteúdo da mídia anterior, como recomendara Bolter e Grusin (2000). Desse modo, as possibilidades de experiências relatadas funcionam como estratégias de divulgação de novos

¹⁵⁶ Expressão da língua inglesa comumente utilizada para fazer referência a um produto audiovisual cuja formatação básica consiste em apresentar uma música através do conjunto entre o áudio de referência e uma composição visual a qual tem como protagonista a letra da faixa em questão.

¹⁵⁷ Imagens que são utilizadas na parte superior central dos perfis de cada conta individual de empresas ou usuários no *Facebook*.

trabalhos, tendo em vista que a partir do caráter de novidade passam a ser amplamente utilizadas pelos usuários da rede ou são transformadas nos próprios produtos dos artistas dessa indústria.

5.6 IDADE MÍDIA, IDADE PIXEL

Os diálogos que tracei ao longo dessa dissertação perpassam por alguns pontos em comum, mas continuamente disse aqui que as situações pertinentes ao *corpus* analisado passam por composições pautadas pelas mídias. Ao pensar em uma cultura midiática, na qual estamos embebidos, temos que perceber que em sua estrutura estão situadas as interligações entre a oralidade, tecnicidade e visibilidade (PAIVA, 2008). Nessa idade mídia, termo utilizado pelo autor, as relações vigentes são alteradas e dentro das modificações decorrentes a forma de concebê-las continuamente é modificada.

Até certo tempo, um representante da classe média econômica ao acordar lia o jornal à mesa, enquanto o rádio tocava o seu programa musical matinal. Para formar as suas opiniões acerca das notícias de política, ligava a televisão no telejornal e depois discutia os assuntos em seus ciclos sociais, quer fossem em mesas de café ou em pausas do almoço no trabalho. Contudo tal panorama foi engolido por aparelhos multi-telas que concentram todas essas possibilidades, inclusive as de comunicação oral, transformando as nossas relações com produtos midiáticos. Antes, sentávamos ao redor de fogueiras para partilhar conhecimentos, hoje na aldeia global¹⁵⁸ a fogueira foi trocada por aparelhos, tais como os *smartphones*, os quais centram nossos modos de consumo e produção comunicacionais contemporâneos.

O fogo que antes iluminava as paredes das cavernas para que os indivíduos pudessem ver imagens rupestres que registravam os seus conhecimentos, transformou-se em luminâncias emitidas por essas telas. Através de tochas ou de dispositivos *touchscreen*, as superfícies iluminadas são compostas e predominantemente preenchidas por imagens. Para Flusser (2008, p.59) sintomas como esse configuram a pós-história, fase na qual os nossos atos são dirigidos não mais contra o mundo para modificá-lo, mas sim contra as imagens, para programarmos e modificarmos seus receptores.

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas (FLUSSER, 2008, p.13).

Mesmo que formas de expressão textuais e orais não tenham sido extintas, na fase pós-

¹⁵⁸ MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

histórica a que se referira Flusser (2008), essas possibilidades tem suas características singulares pluralizadas à tendência imagética. A onipresença de imagens no cotidiano reverbera das mais diversas formas e ao serem naturalizadas, passam muitas vezes despercebidas. Assistimos as notícias, em intervalos de procrastinação vemos a vida do outro em redes sociais na *internet*, compramos *online* em provedores que medem produtos pelo olho e acreditamos cada vez mais em verdades montadas em imagens recebidas em grupos de *Whatsapp*. Vivenciamos processos que passam a ser mais intensamente pautados pelo imagético, fazendo com que a idade mídia a qual me referi anteriormente, seja transformada naquilo que Santaella e Nöth (2001, p. 13) pontuam como idade vídeo e infográfica. Pensando nesse viés, acredito que estamos tendendo à idade *pixel*¹⁵⁹, na qual há uma tendência ao imagético e ao digital.

Os papéis antes desempenhados por linearidades textuais perdem espaço para visualidades predominantes diluídas em superfícies nas quais as cores são repletas de *pixels*. Essa alteração, muitas vezes configura o cansaço frente às explanações, pois como Flusser (2002) reportou, explicações nada adiantam se comparadas com o que se vê. Nesse viés, Martín-Barbero (2003) pontua que os saberes e o imaginário contemporâneos não são mais organizados em torno de um eixo letrado.

No prefácio de *Filosofia da Caixa Preta* (FLUSSER, 2002), nos é apontada a hipótese de que dentre as revoluções possíveis, a invenção da escrita linear e a invenção das imagens técnicas foram fundamentais na estrutura cultural. Nesse sentido, pensando a respeito da colocação posta pelo filósofo e por aquilo que pontuamos acima, os impactos dessa segunda revolução, mesmo que ainda em fase de definição, são elementares para essa pós-história e por isso torna-se emergente a sua compreensão. Contudo, ainda segundo o autor, a tendência a essa nova fase não configura um retorno à situação pré-alfabética, pois as imagens produzidas ocupam lugar ontológico diferente das tradicionais antes produzidas. Dentre as possíveis diferenças, reside o fato de que as máquinas é que passam a engendrar essas visualidades.

As imagens técnicas, são colocadas por Flusser (2002) como as que são produzidas por aparelhos. O que o autor definiu como imagem técnica, Santaella e Nöth (2001) preferiam se referir como imagem tecnológica, por considerarem que a tecnologia apesar de englobar a técnica, avança para além dela. Por definição, o termo utilizado pelos teóricos refere-se às criações mediadas por dispositivos maquímicos que possuem um conhecimento técnico no interior de suas materialidades, tornando-se máquinas produtoras de linguagem. Nesse sentido,

¹⁵⁹ Ao considerar o significado básico do termo pixel, colocado como menor unidade de uma imagem digital e que em conjunto com outros dessa espécie acaba por formar composições imagéticas em telas, coloco o termo idade pixel como uma forma de me referir ao domínio desse tipo de produção na contemporaneidade.

por mais que optem por denominações aparentemente distintas, os autores anteriores referem-se às imagens provenientes de aparatos tecnológicos e é esse o recorte que me interessou observar ao longo desta dissertação.

Ao perceber que estamos cada vez mais rodeados por dispositivos tecnológicos acabo por constatar que o cenário imagético contemporâneo, ou a era da metástase das imagens referida por Paiva (2008), é fruto cada vez mais do uso desses aparatos. Mesmo que saiba que há um dialogismo entre esses produtos e os textos pré-inscritos em suas gêneses, de acordo com Flusser (2002), na imagem pós-escrita acabamos por, de certa forma, eliminá-los, trazendo à tona o protagonismo do aparelho fotográfico. A partir dele seria possível captar a essência dos demais aparatos, motivo pelo qual já explanei o porquê de escolher a filosofia da fotografia como metodologia de observação. Contudo, o recorte proposto por esse diálogo que tentei estabelecer contempla preferencialmente àquilo que Santaella e Nöth (2001) pontuam como paradigma pós-fotográfico, o qual refere-se às imagens sintéticas, calculadas por algoritmos computacionais.

Por mais que saiba que a cultura contemporânea seja híbrida e apresente um caráter mutante, como essas formas coexistem na indústria fonográfica? Nessa idade mídia, a partir das tecnicidades e das invenções tecnológicas os produtos concebidos no cenário musical passam a ser cada vez mais imagéticos com a intensificação da midiatização de suas relações. Basta observarmos que dificilmente hoje algum artista lança uma música sem que produza um material audiovisual em paralelo, ou divulgue um *show* apenas com *spots*¹⁶⁰ no rádio ou faça uma apresentação sem que poste os vídeos-registros das apresentações ao vivo nas redes sociais *online*.

5.7 SOUNDSYSTEM DE PIXELS: EXPERIÊNCIAS DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA

O *Soundsystem de Bits*, que estou delineando ao longo dessa dissertação, vai sendo configurado através de experiências tecnomediadas que preenchem cada vez mais esse recorte do ciberespaço. Apesar de poderem ser locadas em outros espaços, passam a ser pensadas e priorizadas em redes sociais *online* ou nas suas zonas de conversação. Enquanto artistas em início de carreira migravam de bar em bar mostrando seus trabalhos entre mesas e cervejas, para a partir desse ponto de partida galgarem maiores oportunidades, artistas explodem antes

¹⁶⁰ “Peça sonora onde se usa a interpretação humana (um ou mais locutores) e elementos sonoros (músicas, efeitos especiais), para a construção de uma peça sonora pensada para o veículo do rádio.” Disponível em: <<https://somsa.com.br/faq-itens/o-que-e-um-spot-de-radio/>> Acesso em: 10 de Dezembro de 2019.

mesmo do primeiro *show*, ao fazerem sucesso em *live sessions*¹⁶¹ no *Youtube* e no *Instagram*. Cotidianamente, músicos expõem o seu dia a dia, seja em pautas particulares, seja mostrando ensaios ou outros compromissos de sua carreira. Entretanto, o modo como conversam com o público, como transmitem seus *shows* ou concebem outros produtos é que passa a ser prioritariamente imagético, através de imagens digitais.

A cantora brasileira Anitta tornou-se a primeira brasileira do segmento a conceber um videoclipe com transmissão ao vivo. *Indecente*¹⁶² não foi apenas um produto da cobertura dos bastidores de um trabalho transmitida nas redes sociais *online*, mas sim uma criação concebida pensando nesse novo formato. A partir de um plano-sequência gravado na sua festa de aniversário, a artista transformou o que seria um evento cotidiano em roteiro para a elaboração de um produto resultante de experiência midiaticizada. Independente da qualidade técnica do produto final, o modo tradicional de configurar esse produto midiático sofreu interferência a partir de apropriações das tecnologias vigentes. A midiaticização dessa relação entre músico e público não passou apenas por esse produto em si, mas também pela convergência com outras plataformas. O atraso em relação ao horário de lançamento do videoclipe, por exemplo, foi justificado através dos *stories* do *Instagram*, bem como os fãs subiam *hashtags* no *Twitter* comentando a situação em tempo real.

A banda soteropolitana Baco Exu do Blues, lançou no final de 2018 o álbum *Bluesman*¹⁶³. Através de canções que mesclam as personalidades dos dramas de seu principal compositor, o vocalista Diogo Moncorvo, com críticas sociais e referências artístico-culturais o disco é um diálogo contínuo entre as faixas que o compõem, o qual pode ser digerido ao longo de uma audição contínua. No caso de remediação ocorrido em *Bluesman*, citado anteriormente, o conjunto do disco foi transformado em um curta-metragem¹⁶⁴ (Figura 45), o qual através dos seus mais de oito minutos de duração foi construída uma linha narrativa que traduziu o produto fonográfico na junção de cenas-chaves criadas para representar o conceito desse trabalho.

¹⁶¹ Em tradução direta seria o equivalente à sessão ao vivo. O termo é geralmente utilizado como um produto audiovisual baseado na gravação de performances ao vivo que são disponibilizadas em plataformas como o *Youtube*, por exemplo.

¹⁶² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AbN7IbjOUho>> Acesso em: 10 de Dezembro de 2019.

¹⁶³ Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/0QMVSKhzT4u2DEd8qdlz4I?si=RRMgH8CISvekigRdnZY7Ng>> Acesso em: 10 de Dezembro de 2019.

¹⁶⁴ Id. 143.



Figura 45 - Frame do *Bluesman*, Baco Exu do Blues

Fonte: Captura de tela do filme disponibilizado no canal do Baco Exu do Blues Youtube, 2019.

O que estou querendo apontar não se trata apenas do uso do audiovisual pela indústria fonográfica, pois o paradigma imagético é recurso utilizado muito antes de qualquer rede social *online*. Contudo, o que inferimos aqui é que com a atual intensificação da midiatização desse cenário, o modo de conceber esses produtos de forma imagética é mais um das heranças desse fenômeno comunicacional. Podemos perceber essa questão através de uma rápida comparação entre os produtos criados pelo BaianaSystem relacionados ao disco *Duas Cidades* (2016) e os criados para o trabalho mais recente, *O Futuro não demora* (2019).

No lançamento do álbum anterior, assim como a maioria das criações da banda, já existia uma preocupação em traduzir o aspecto conceitual da obra em uma forma imagética. Por telões espalhados pelo palco das apresentações ao vivo circulavam os símbolos da identidade visual criados por Filipe Cartaxo, bem como nas máscaras-careta distribuídas para a plateia ou nos vídeos das postagens mais próximas à data de estreia. Entretanto, essas imagens específicas não circulavam com a mesma intensidade com as quais as do disco mais recente vêm circulando. Por mais que existisse o uso desse constante diálogo entre imagem e música, independente do ambiente em que fosse desenvolvido, o modo como ocorreu em 2016 foi bem menos intenso.

Nos dias próximos ao lançamento do disco mais recente, vários *stories* foram postados divulgando o lançamento, bem como após ser lançado foram feitas várias repostagens do público compartilhando as faixas, possivelmente a fim de demonstrar o sucesso do alcance do produto. Tal prática vem sendo muito utilizada pela banda, através da qual diariamente são compartilhados inúmeros vídeos, *gifs* e imagens produzidas tanto pelo grupo, quanto por seu público. Além disso, um dos filtros da banda no *Instagram* recebeu novas máscaras, condizentes com a identidade visual do novo trabalho. Entretanto, foram lançadas em um espaço de tempo bem menor do que levou para a criação do filtro com a estética do *Duas Cidades* (2016). À

época de seu lançamento em 2016, tal recurso ainda não estava disponível e não era utilizado da forma como está sendo atualmente. Basta vermos a massificação recente dessa ferramenta, a qual vem sendo cada vez mais utilizada por diversos usuários.

Por mais que existam algumas distinções nos produtos relacionados aos dois últimos álbuns, alguns aspectos criativos passam por reincidências. Em ambos os lançamentos, mini-documentários foram criados mostrando o processo de concepção de cada um dos discos, mas que adaptaram-se às possibilidades disponíveis. Nesses produtos, o roteiro tinha como objetivo uma construção narrativa que demonstrava aspectos conceituais envolvidos nos trabalhos. Em vídeos que possuem a duração máxima permitida pelo *Instagram* na época em que foram lançados, os processos de concepção dos produtos fonográficos são demonstrados, através de aspectos audiovisuais e da intercalação entre linguagens.

Nos vídeos de *O futuro não demora (2019)* é possível perceber de forma evidenciada os diálogos entre oralidade, visualidade e tecnicidade a que fizemos referência em um momento anterior desse capítulo. Na série de nove vídeos produzidos¹⁶⁵ (Figura 46), frases faladas viram legendas que aparecem no ritmo dos sons do vídeo e são montadas explorando os formatos e ferramentas disponíveis dos aparelhos utilizados no seu entorno. Por outro lado, no material produzido¹⁶⁶ em *Duas Cidades (2016)*, além do tempo de duração menor, os vídeos intercalam esses paradigmas de maneira bem mais sutil (Figura 47).



Figura 46 - Mini-documentários do processo de criação de *O Futuro não demora (2019)*
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

Diferentemente do trabalho mais recente, os diálogos de bastidores ou áudios de aplicativos de conversa não viram cartela de títulos, mas apenas legendas para identificar quem é o protagonista de cada vídeo. Além disso, os títulos não são editados para aparecerem no

¹⁶⁵ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BtCKCPSg9e6/?igshid=1kiztny6zxmev>> Acesso em: 12 de Dezembro de 2019.

¹⁶⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BDIVs8clBz_/?igshid=1v606af3ugs0o> Acesso em: 12 de Dezembro de 2019.

ritmo das falas ou demais sons presentes nesses produtos. Porém, há de se perceber que independente das distinções entre essas categorias, um ponto de intersecção presente é o da produção de audiovisuais¹⁶⁷, a partir dos recursos disponibilizados, sempre procurando extrair ao máximo dessas possibilidades e usá-las de maneira criativa.

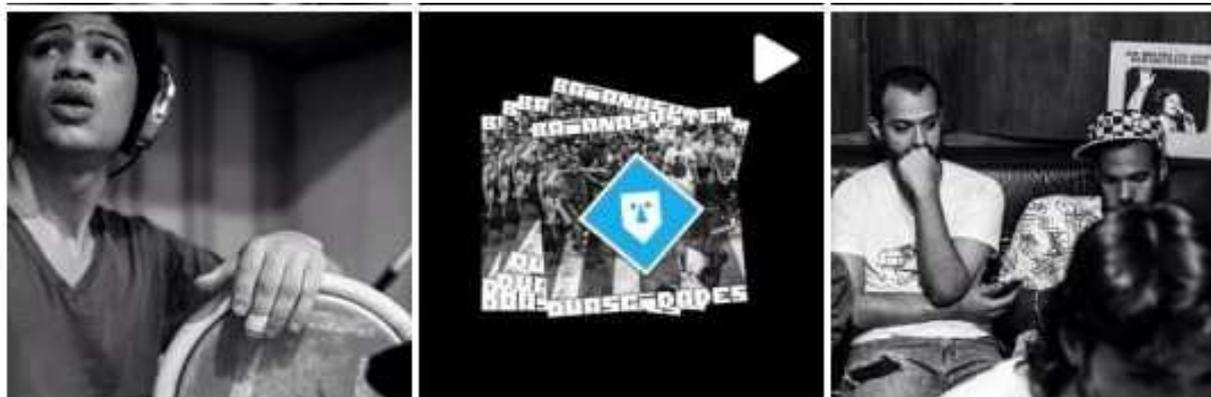


Figura 47 - Mini-documentários do processo de criação de *Duas Cidades* (2016)
Fonte: Captura de tela feita a partir do perfil do *Instagram* do BaianaSystem.

Um dos pontos subsequentes desse processo é a intensificação de criações audiovisuais, não apenas por mera predileção do grupo musical, mas devido ao fato de cada vez mais as ferramentas disponíveis propiciam tal tipo de criação. Enquanto em 2016, não se tinha à disposição a criação de *stories*, transmissões ao vivo, *IGTV* ou uma duração maior possível desses conteúdos, em seis meses o Baiana compartilhou um pouco mais de 100 vídeos na *timeline* do *Instagram*. Por outro lado, no disco mais recente, se fôssemos contabilizar todas as postagens no mesmo período de observação, contemplando todas as criações que circularam nessas ferramentas, esse número seria superado facilmente em apenas um mês.

5.7.1 AUDIOVER: EXTRAPOLANDO O CARÁTER FONOGRAFICO

Um outro aspecto que podemos refletir diz respeito a como a partir dessas audiovisuais latentes, os produtos antes essencialmente sonoros podem passar por modificações. Ao buscar compreender o sentido da palavra fonográfico em sua base conceitual, constatei que o termo amplamente utilizado ao longo desse trabalho refere-se à fonografia, ou seja, ao registro gráfico das vibrações dos corpos sonoros. Ao trilhar um pouco mais nesse caminho, compreendi que o significado da palavra gráfico é, por vezes, interligado a representações que são feitas através de linhas ou figuras, ou seja, representações imagéticas.

¹⁶⁷ O conceito de audiovisuais surgiu a partir da proposição e análise realizadas pelo Grupo de Pesquisa Audiovisualidades (GPAv). Disponível em: <<https://gpaudiovisualidades.wordpress.com/about/>> Acesso em: 03 de Janeiro de 2020.

Nesse sentido, se pensarmos a partir dessa perspectiva, podemos até mesmo pensar na quebra do sentido do fonográfico apenas atrelado ao caráter sonoro. Estava nesse capítulo avaliando, de certa forma, a partir da análise de produtos já predominantemente imagéticos. Contudo, como se dá esse diálogo através de produtos predominantemente sonoros? Pensemos ainda a partir desse viés do digital nas novas mídias.

Até certo tempo, não tínhamos as variadas opções de serviço de *streaming* que temos atualmente. Alternávamos entre programas de *P2P* e sites para *download*, tais como o *4shared*¹⁶⁸. Com o passar do tempo, mesmo com os *sites* que já permitiam o método de transmissão contínua existia a predominância dessa audibilidade que estamos continuamente citando. Nesse ciberespaço, o que se encontrava ao buscar a reprodução de uma música não ia muito além de um *player* de áudio que apresentasse apenas as informações relacionadas à faixa. No máximo, quando muito, em *sites* como o *grooveshark*¹⁶⁹ a única imagem que costumávamos ver era uma miniatura da capa do disco que estávamos ouvindo. Atualmente, mesmo em plataformas de distribuição de fonogramas, há uma presença cada vez maior de imagens que os interseccionam.

O *Spotify*, por exemplo, criado com o objetivo de funcionar como um catálogo musical virtual, passa a ser cada vez mais visual. Ao utilizarmos uma conta gratuita, somos continuamente interrompidos por propagandas que diferem das que erámos acostumados a escutar em intervalos comerciais no rádio. Ao invés de “marcas que falam”, passamos a ter ações de *marketing* que ouvimos, utilizadas não apenas por empresas fora desse âmbito do mercado musical, mas através dos próprios artistas do ramo. A extrapolação do caráter predominantemente sonoro, perpassa por esses processos de diálogo, trazendo à tona novas possibilidades de concepção.

A faixa musical *Libertação*¹⁷⁰ produzida pelo BaianaSystem e interpretada por Elza Soares, pelo grupo e Virgínia Rodrigues foi lançada no segundo semestre de 2019. A música que foi a primeira a ser veiculada do disco *Planeta Fome*¹⁷¹, de Elza, teve o seu lançamento digital realizado através do compartilhamento do *single* em plataformas digitais. Contudo, ao

¹⁶⁸ Site de compartilhamento de arquivos diversos através da *internet*, o qual permite que o usuário possa fazer o download ou disponibilizar produtos midiáticos armazenados em nuvem no *site*. Foi uma das opções anteriores a era de *streaming* amplamente utilizadas por vários usuários que desejavam ter acesso a diversos conteúdos sem pagar tarifas ou direitos autorais aos seus criadores.

¹⁶⁹ Aplicativo online de compartilhamento de músicas, cujo modo de funcionamento era semelhante às plataformas de compartilhamento de áudio via *streaming* que seriam desenvolvidas posteriormente. Ao contrário do *4shared*, o usuário era impedido de fazer o download das faixas, sendo possibilitada apenas a audição *online*.

¹⁷⁰Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/4sri8EKOL50ySCZw2vsj4e?si=e1zT3SbvTGyFBZIdjnv-FA>>
Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁷¹Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/3IIgRHuL5BvRbZFWrJs4Ok?si=iFd0qnaJRuCEkmhIgOaXwQ>>
Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

contrário do que estávamos habituados a encontrar nos *templates* de *players* de áudio, ao escutarmos a faixa no *Spotify* através de um *smartphone* não encontramos uma imagem estática comum.

No lugar desse formato tradicional, nos deparamos com um *gif* (Figura 48) composto por uma ilustração do rosto de Elza, integrada a pequenas formas geométricas na paleta de cores da identidade visual do grupo BaianaSystem. Mesmo que apresentem pequenos movimentos repetitivos, através dos quais os nomes dos artistas entram e saem do quadro, ou que as formas ao redor da cabeça da cantora citada se movam minimamente, tal composição difere do que éramos acostumados a ver ao dar *play* em uma faixa em sites e plataformas musicais.

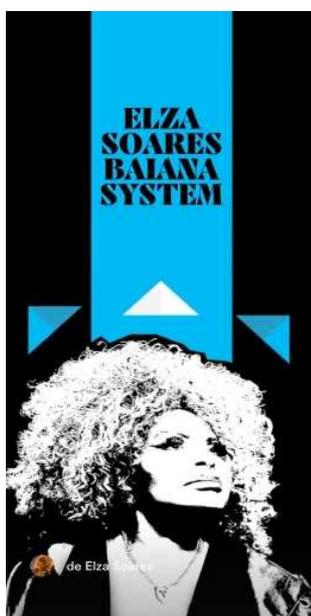


Figura 48 - Gif da faixa *Libertação* (2019)

Fonte: Captura de tela do perfil da faixa no *Spotify*, versão *mobile*, 2019.

A utilização desse recurso vem sendo ultimamente empregada por artistas na plataforma. Ao explorarmos um pouco mais o *Spotify*, percebi que o próprio grupo baiano possui outras utilizações desse recurso. Dentre os quatro álbuns, dois *Eps* e quinze *singles* disponibilizados na plataforma, dez utilizam imagens não estáticas para acompanhar as músicas. Entretanto, existem algumas intercalações no modo como essa possibilidade é configurada, pois em alguns casos existem apenas vídeos que são trechos dos videoclipes das músicas colocados em repetição contínua, já em outros existe uma mescla entre videografismos e vídeos de registro de *shows* ou bastidores.

Nas versões estendidas de *Água*¹⁷² e *Fogo*¹⁷³, pertencentes a *O Futuro não demora* (2019), percebi o uso de símbolos gráficos (Figura 49) que são mesclados a imagens da gravação em estúdio das músicas, integrando a composição visual que acompanha a faixa musical. Por outro lado, nas composições de *Outras Cidades* (2017) quatro delas¹⁷⁴ utilizam desse diálogo audiovisual no *Spotify*. Em *Calamatraca*¹⁷⁵ e *Panela*¹⁷⁶ (Figura 50), versão *remix*, é possível identificar imagens que são registros do público no *Navio Pirata*, amplamente utilizadas como identidade visual desse disco, que se misturam com formas geométricas e outros símbolos.



Figura 49 - Vídeo da faixa *Água*, versão *mobile* do *Spotify*
Fonte: Perfil da banda BaianaSystem no *Spotify*.



Figura 50 - Vídeo da faixa *Panela*, versão *mobile* do *Spotify*
Fonte: Perfil da banda BaianaSystem no *Spotify*.

No caso de *Playsom*¹⁷⁷, a mesma base conceitual das anteriores é seguida. Por outro lado, diferenciando-se das demais, em *Cigano*¹⁷⁸ (Figura 51) há apenas o título da faixa

¹⁷² Disponível em: <https://open.spotify.com/track/7CJkTdcKr5NSlgSBAKTTD5?si=PCK_SYPKRVSVew8m7byuTQ> Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁷³ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/3Nb27pwwcFmJhP6INhri4z?si=nf4FpYB-TRSwjARxmMFolg>> Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁷⁴ Criações feitas em faixas de músicas de *O Futuro não demora* (2019): *Água* e *Fogo*, versões estendidas e *Saci*, versão *remix*. Do *Outras Cidades* (2017): *Cigano*, *Formiga Dub remix*; *Panela*, *Dj Tide remix*; *Playsom*, *Mahal Pita remix* e *Calamatraca*, *Attooxa remix*. De singles: *Cabeça de papel* (2019); *Libertação* (2019) e *Capim Guiné* (2017).

¹⁷⁵ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/3ZucFCxCGG9Jv1xuPJQF6t>> Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁷⁶ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/1E4O4KFmqGdv2SiEYOJNF>> Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁷⁷ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/3xeqZUMpHsLO1UEoTIwHBO?si=MNRLAKQgQJmbNnhh1Zc8hg>> Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁷⁸ Disponível em: <https://open.spotify.com/track/2REfZQ03ryu2zaQAcJoxUQ?si=p_OuVpTFReSOqRspMC0hqA> Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

adicionado ao nome do artista. O videografismo do produto se dá através do desenho das ondas sonoras reproduzido durante a execução da faixa. Por fim, em *Cabeça de Papel*¹⁷⁹ (2019), *Saci*¹⁸⁰ versão *remix* (2019) e *Capim Guiné*¹⁸¹ (2017) esse diálogo passa a ter como protagonista da parte visual trechos dos videoclipes correspondentes às músicas e que são colocados em repetição contínua durante a execução da faixa.



Figura 51 - Vídeo da faixa Cigano, versão *mobile* do *Spotify*
Fonte: Perfil da banda BaianaSystem no *Spotify*.

Além do BaianaSystem, vários outros artistas nacionais e internacionais se apropriam desse uso de produtos visuais para ilustrarem o fonograma disponibilizado no *Spotify*. No âmbito nacional, por exemplo, das atuais cinco músicas mais tocadas de Anitta na plataforma, apenas uma não utiliza esse recurso. Em paralelo, a single *Genius*¹⁸², interpretada por Sia, Diplo, Labrinth e LSD, apresenta um pequeno vídeo curto de animação (Figura 52), o qual assim como nos outros casos que citei é colocado em repetição durante a execução da música. Um dos pontos que pode ser percebido em uma rápida análise de como se dá essa utilização, é uma maior incidência em músicas que são lançadas sozinhas e que não necessariamente fazem parte de um determinado álbum. Contudo, isso não é imediatamente percebido por conta que

¹⁷⁹ Disponível em: <https://open.spotify.com/track/6ET453QCZCnhN7cb5zZoqf?si=JY4nSMxJSi2IJ_7dj2GnnA>
Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁸⁰ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/4TlbZgqxhJ6uN3tpVjw90?si=8ULR8VxvQWmDekP2nncehg>>
Acesso em: 26 de Dezembro de 2019.

¹⁸¹ Disponível em: <https://open.spotify.com/track/4rK3DuaBOT3jCYFjk8bUQ?si=HSN49FIORFWi_bjSKbxy6A>
Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

¹⁸² Disponível em: <https://open.spotify.com/track/4rK3DuaBOT3jCYFjk8bUQ?si=HSN49FIORFWi_bjSKbxy6A>
Acesso em: 21 de Dezembro de 2019.

tal recurso foi programado para reprodução apenas na versão *mobile*, voltando a serem estáticas ao serem vistas através de um *desktop* (Figura 53).



Figura 52 - Gif da faixa *Genius* (2019), versão *mobile*
 Fonte: Captura de tela da faixa no Spotify, versão *mobile*, 2019.

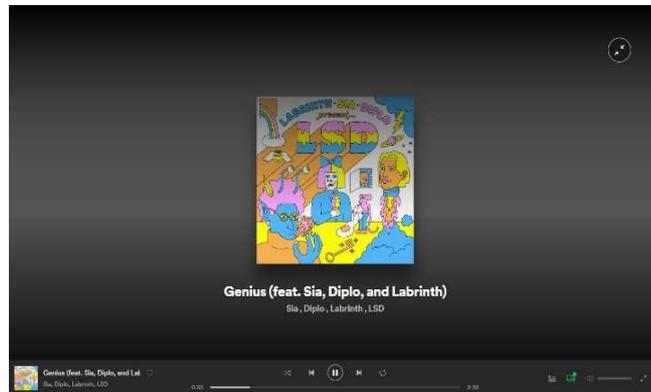


Figura 53 - Gif da faixa *Genius* (2019), versão *desktop*
 Fonte: Captura de tela da faixa no Spotify, versão *desktop*, 2019.

Ao retornar às assertivas propostas por Vilém Flusser (2008, p.20), que embasaram boa parte das reflexões que tive ao perceber o *corpus* de pesquisa, me deparei novamente com a definição por ele colocada para aparelho. Ao resgatar o seu significado etimológico, o autor retoma a origem do termo em latim, pontuando que a sua derivação vem dos verbos *adparare* e *praeparare*, o que respectivamente significam prontidão para algo e disponibilidade em prol de algo.

Continuando nesse fluxo de compreensão, tal filósofo coloca em um ponto mais à frente dessa mesma obra que o objetivo da invenção dos aparelhos produtores de imagem não se restringiria a tornar visível virtualidades possíveis, mais colocá-las em situações pouco

prováveis. Em decorrência de caminhar por minhas zonas de observação a partir desse viés de análise, escolhi destacar as experiências empíricas abordadas nesse capítulo não por serem imprevistas na virtualidade dessa plataforma, mas justamente por explorarem recursos nem sempre vistos como perspectivas de uso, corroborando com o que Flusser (2008, p.26) vai colocar como “transformar possibilidades invisíveis em probabilidades visíveis.”

A improbabilidade colocada pelo autor e que trago aqui refere-se muito mais a menores incidências do que a ineditismos. Conforme apontei no início do capítulo, sei que o uso do audiovisual por artistas da indústria fonográfica é utilizado há tempos. Entretanto, a partir dessas possibilidades que surgem e passam a ser utilizadas pelos fotógrafos¹⁸³, seja através de aparelhos, seja através de programas, um novo panorama vai sendo configurado e as relações antes vigentes vão sendo quebradas a partir dessas perspectivas que são trazidas à tona.

Nesse constante diálogo entre o que antes era comumente pontuado apenas como sonoro, ou restritamente visual, a separação entre esses paradigmas fica cada vez menos viável, pois os hibridismos subsequentes passam a relacioná-los de forma simbiótica. A partir desse panorama, encontramos cada vez menos produtos fonográficos que sejam lançados sem estarem atrelados a aspectos visuais. De modo similar, apresentações ao vivo passam a ser mais imagéticas, contemplando absorções desse diálogo. Assim, nesse *Soundsystem de Bits online e offline* passamos a não mais a apenas ouvirmos, ou vermos, mas a audiovermos a música, cada vez mais permeada por *pixels*. Por conseguinte, será através desse caminho que nos leva a tal sincretismo que irei trilhar durante o próximo capítulo.

¹⁸³ “Pessoa que procura inserir na imagem informações imprevistas pelo aparelho fotográfico” (FLUSSER, 2002, p.18).

6. IMAGENS-MÚSICAS: AUDIOVISÕES HÍBRIDAS DA MÚSICA DE ÉCRAN

“No ponto futuro o doce e o sal vão se misturar” (BAIANASYSTEM, 2019).

Adentrei o início dessa pesquisa buscando compreender as mudanças proporcionadas pela intensificação da midiaticização na indústria fonográfica. Perfili a minha observação inicialmente a partir do viés das alterações de mediação incidentes nesse mercado e como consequência percebi a emergência das tecnomediações, as quais intensificam o paradigma imagético. Por consequência, apontei como recorte de *corpus* de análise centrar as observações em produtos que os contemplasse e assim desaguei na filosofia da fotografia, por motivos amplamente já explanados anteriormente.

A linha de pensamento flusseriana traz consigo a centralidade nas percepções que perpassam pelo fotográfico, cuja aplicabilidade a partir de sua compreensão é possível de ser feita em aparelhos para além do produtor de imagens, assim como dito por Vilém Flusser (2002). Contudo, para além dessas constatações já feitas, devemos pensar como as relações imbricadas em aparelhos, programas e suas zonas de confluência, vêm transformando epistemologicamente a relação entre os componentes visuais e sonoros e as gramáticas singulares de cada um de seus campos.

A partir disso, será possível tornar mais notáveis as intersecções paradigmáticas contemporâneas e evidenciar possíveis direcionamentos de como podemos perceber os produtos midiáticos do cenário musical contemporâneo e pensarmos na constituição da imagem-música¹⁸⁴. Sobretudo, tendo em vista o recorte audiovisual que propus como predominância dessa dissertação, para estabelecer tal incidência incrustada no *Soundsystem de Bits* é preciso compreender o caminho que nos conduz entre uma ponta e outra. Para tal fim, temos que entender como passamos por entre as frestas daquilo que é tido por definição como audiovisual, perpassando por audiovisualidades e pela a audiovisão, para só assim apontarmos em direção à imagem-música.

6.1 PARA AUDIOVERMOS

Logo no início dessa dissertação, pontei algumas das inquietações iniciais que geraram as motivações para a elaboração dessa pesquisa. Dentre elas, existia um incômodo gerado a partir da observação, por meio de experiências empíricas, de uma hierarquização entre os

¹⁸⁴ (SILVA, 2006, p.41)

componentes imagéticos e sonoros de produções midiáticas audiovisuais, sobretudo as que eram voltadas para a indústria fonográfica. Conforme relatado anteriormente, durante muito tempo o som foi colocado comumente em estado de subserviência e em função da imagem.

Ao sairmos de uma sessão de cinema, tecemos muito mais comentários a respeito da fotografia de um filme do que sobre a trilha sonora ou a mixagem de áudio da obra. Reconhecemos as cores de Almodóvar¹⁸⁵, mas pouco identificamos para além das trilhas de John Williams¹⁸⁶. Tivemos durante muitos anos um cinema sem som, mas dificilmente conseguimos imaginar filmes *blockbusters* com a ausência de imagens ou nos quais os subsistemas sonoros¹⁸⁷ estejam dissociados da narrativa fílmica. Em paralelo a essa predominância do imagético, existia uma imiscibilidade entre esses paradigmas, vistos a partir de suas gramáticas específicas. Nesse viés, de acordo com Marcelo Bergamin Conter (2012, p.52)

Ao se estudar audiovisual, costuma-se tratar as formas que aparecem nos fotogramas projetados do cinema ou em grupos de pixels das telas de vídeo (o visual) como *imagem*, e das vibrações de ar que soam de caixas acústicas (o áudio) como *som*. Esse olhar se dá em qualquer tipo de audiovisual, independente do suporte. Ele é resultado de toda uma tradição científica e filosófica de compreensão de como *vemos* o mundo. Voltemos ao mito da caverna de Platão, mas dessa vez problematizado por Simone Pereira de Sá: a saída que o pensador da caverna encontrou foi através da metáfora da luz, e não do eco “demarcando uma tradição ocidental de hierarquização dos sentidos liderada pela visão [...] (2009, p.108)”.

Ao pensar ainda através da observação dessa relação dialógica a partir da perspectiva do cinema, encontrei outros autores afim de complementar essa reflexão inicial. Dziga Vertov (*apud* DA-RIN, 2004), por exemplo, colocava que só o cinema poderia proporcionar a construção de uma nova visão da realidade. Entretanto, essa composição deveria ser realizada através daquilo que ele denominava como imagens-câmera¹⁸⁸ e que viria a ser a base dos preceitos do seu Cine-olho¹⁸⁹.

Desse modo, mesmo que saibamos que desde a década de 1930 já exista o uso de uma pista sonora junto à película cinematográfica, segundo Michel Chion (2008) devido a sua definição ontologicamente visual, as teorias sobre o cinema acabavam pormenorizando a

¹⁸⁵ Cineasta espanhol e diretor de filmes como *Tudo sobre minha mãe* (1999) e *Volver* (2006), o qual possui dentre as suas características de marca estética o uso de cores fortes ou de contrastes, tais como o estabelecido entre o vermelho e o azul nos filmes citados.

¹⁸⁶ Compositor americano responsável pela concepção de trilhas sonoras como *E.T. - O Extraterrestre* (1982), *Tubarão* (1975), e os filmes da franquia *Star Wars*, sendo através da indicação recente por *Star Wars: A Ascensão Skywalker* (2019) a pessoa viva que recebeu o maior número de indicações ao Oscar.

¹⁸⁷ Os subsistemas sonoros são divididos em quatro categorias: expressão oral, música, sons e silêncio. Cada um deles pode oferecer uma gama variada de formas de utilização, ocasionando diversos sentidos a depender de como serão adequados em uma cena. (ALVES, Jorge. **O som e o audiovisual**. Fórum media, 2004.)

¹⁸⁸ RAMOS, Fernão. **A imagem-câmera**. São Paulo: Papyrus, 2012.

¹⁸⁹ Conceito-chave do método vertoviano. Sua base era o “cine-registro dos fatos (DA-RIN, 2004, p.115).

questão do som, colocando-o como uma questão de acréscimo. A grosso modo, essas pontuações referem-se ao que deveras já foi amplamente explanado ao longo dessa dissertação, ou seja, estamos retornando à predominância do imagético nos produtos midiáticos que circundam o ser social. Nesse sentido, seria prudente continuar pensando o audiovisual a partir do descolamento entre esses paradigmas?

Apesar de Chion (2008), estar se referindo predominantemente a partir da perspectiva cinematográfica, ao pontuar que não podemos analisar o som de um filme de forma independente de seus componentes imagéticos, o autor aponta um outro caminho de percepção. Mesmo que se saiba que na pós-história¹⁹⁰ há um predomínio do paradigma imagético nas relações socioculturais, aponto para a necessidade de pensarmos não mais a partir de uma sobreposição de sons às imagens. Nem a partir de um caminho inverso, fomentado pela intensificação de visualidades nas produções midiáticas contemporâneas. O que proponho aqui é que caminhemos em direção à construção de uma simbiose entre aquilo que vemos e aquilo que ouvimos, fomentando um diálogo contínuo entre aquilo que Chion (2008) pontuou como auditivos do olho e os visuais do ouvido¹⁹¹.

6.2 AUDITIVOS DO OLHO E VISUAIS DO OUVIDO

Ao buscar alguns possíveis caminhos de compreensão para como deveria encarar parte das minhas inquietações iniciais de pesquisa, me deparei com a obra *Audiovisão: Som e imagem no cinema*, de Michel Chion (2008). Por mais que apresente um caráter que por vezes esteja mais interligado às questões particulares do campo sonoro, a obra em si acabou por oferecer outras perspectivas para pensar essas questões. Ao explicar àquilo que denomina como valor acrescentado, o autor explicita a relação recíproca entre visão e audição. Assim, ao utilizarmos um dos sentidos o outro é aguçado, indicando a preferência pela indissociabilidade desse conjunto de sentidos. Pensemos um pouco melhor sobre essa questão.

A partir da perspectiva dos subsistemas sonoros, o silêncio é o componente que em sua maioria das vezes é compreendido pela inexistência de som, contudo trata-se na verdade da ausência seletiva de tal elemento. Poderíamos, nesse sentido, vilipendiarmos seu uso em sequências fílmicas cuja composição aparenta ter predominância do imagético. Entretanto, como não pensar nessa rica complementariedade em sequências como a de Frank Poole

¹⁹⁰ (FLÜSSER, 2008, p.59).

¹⁹¹ (CHION, 2008, pp.106 - 107).

(Figura 54) concertando a nave em *2001: Uma Odisséia no Espaço*¹⁹²? O *clímax* da cena ocorre justamente através do diálogo estabelecido entre o som da respiração do personagem, o silêncio que o corta e as imagens de Poole rodopiando pelo espaço, impregnadas pelo ausente sonoro que predomina nessa cena. A partir da lógica de Chion (2008)¹⁹³, o que vemos em cenas¹⁹⁴ (Figura 55) como a em que a gangue de *Billy Boy* realiza o sórdido estupro de uma mulher em um palco de teatro, ao ouvirmos como trilha sonora da cena uma das composições de Gioachino Rossini¹⁹⁵ mesclada à voz tênue de Alex DeLarge como narrador? Os subsistemas escolhidos nesses casos, funcionam para além do papel comum de pano de fundo, servindo para despertar sentimentos que transbordam os provocados apenas pela visualidade das sequências fílmicas.

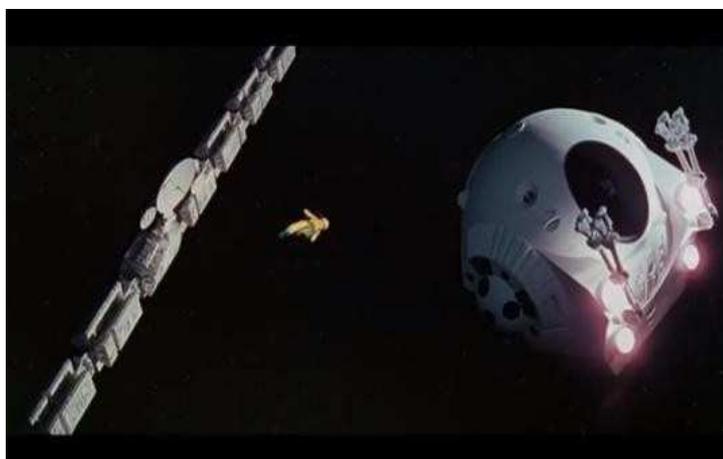


Figura 54 - Audiovisão do silêncio

Fonte: Captura de tela do filme *2001: Uma Odisséia no Espaço*, Stanley Kubrick, 1968.



Figura 55 - Audiovisão de *Laranja Mecânica*

Fonte: Captura de tela do filme *Laranja Mecânica*, Stanley Kubrick, 1971.

¹⁹² *2001: Uma odisséia no espaço*. Direção de Stanley Kubrick. Inglaterra: Metro-goldwyn-mayer; Stanley Kubrick Productions, 1968. (148 min.), son., color. Legendado.

¹⁹³ “O que vejo daquilo que ouço?” e “O que ouço daquilo que vejo?” (CHION, 2008, 149).

¹⁹⁴ *LARANJA Mecânica*. Direção de Stanley Kubrick. Estados Unidos; Reino Unido; Irlanda do Norte: Warner Bros, 1971. (136 min.), son., color. Legendado.

¹⁹⁵ Compositor erudito italiano, autor de óperas como o *Barbeiro de Sevilha* (1813) e *La Gazza Ladra* (*The Thieving Magpie*) de 1817, a qual um dos atos é a trilha da cena em questão.

Ao voltar o meu olhar para a indústria fonográfica e os seus produtos, percebi que a hierarquização a que citei foi deveras utilizada por esse segmento. Nos anos 90, ao ligarmos a televisão em um dos canais voltados para a música, nos deparávamos com diversos videoclipes nos quais as imagens tinham como principal função complementar as canções que as pautavam. Em *Baby one more time*¹⁹⁶, por exemplo, não vemos imagens que divergem tanto do registro de Britney Spears dançando ou cantando a música em questão. De modo similar, em apresentações ao vivo que contém telões dispostos no palco, geralmente estes não comunicam muito além de logomarcas dos artistas ou imagens-chaves que apenas ilustram de forma esporádica algumas das músicas apresentadas.

Contrapondo essas perspectivas, o BaianaSystem apresenta um diálogo constante entre o que se vê e aquilo que se ouve pertinente ao que Chion (2008) denominava como síncrese¹⁹⁷. Mesmo em produtos que aparentemente sejam apresentados em formato tradicional, os elementos constituintes nele inseridos pautam uma zona de miscibilidade entre ambos. No videoclipe *Invisível*¹⁹⁸ (2017), enquanto escutamos a letra da música que narra a invisibilidade de indivíduos, nos são apresentados visualmente personagens atrelados à temática da música.

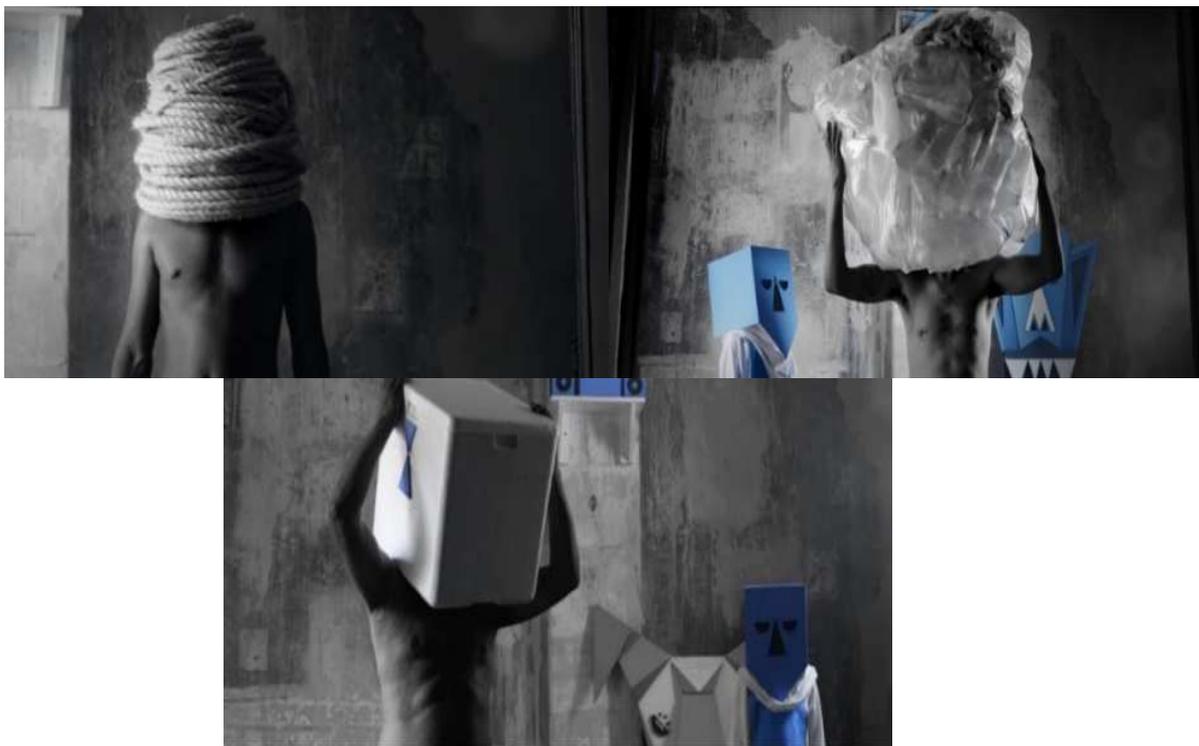


Figura 56 - Personagens simbólicos de *Invisível*
 Fonte: Captura de tela do videoclipe *Invisível*, do BaianaSystem, 2017, no canal do *Youtube* da banda.

¹⁹⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=C-u5WLJ9Yk4>> Acesso em: 07 de Janeiro de 2020.

¹⁹⁷ “[...] soldadura irresistível e espontânea que se produz entre um fenômeno sonoro e um fenômeno visual pontual quando estes ocorrem ao mesmo tempo, isto independente de qualquer lógica”(CHION, 2008, p.54).

¹⁹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2PrQwMFGMUC> Acesso em: 07 de Janeiro de 2020.

A maneira como tal construção poderia ter sido realizada possui potenciais diversos, contudo para ilustrar o conceito são trazidos à tona as imagens simbólicas (Figura 56) do cordeiro¹⁹⁹, o catador de material reciclável e o vendedor ambulante. Por mais que sirvam para denotar os personagens invisíveis a que a música faz referência, o modo com que tais composições imagéticas entrelaçam-se com o que é cantado vai muito além da simples ilustração redundante da sirene escolar presente no videoclipe de Britney Spears citado.

Nesse sentido, o que proponho através de tal exemplificação é demonstrar a relação dialógica pautada em uma troca mútua com caráter de complementariedade, ao invés do mero sentido de adorno antes pontuado. Destarte, mesmo que produtos midiáticos possam passar essa impressão, devemos evitar continuarmos nessa problematização de hierarquização, pois a relação que deve ser estabelecida entre esses elementos em um componente audiovisual deve acontecer através daquilo que Chion (2008) denominou como contrato²⁰⁰. Por consequência, segundo o autor, a problemática central deixa de ser a relação de força entre imagem e som ou a possível redundância entre ambos.

Nesse aspecto, a midiatização através dos aparelhos e programas que vem sendo utilizados para tecnomediar produtos midiáticos e as relações socioculturais que os atravessam, vem proporcionando a intensificação desses diálogos. No caso das criações audiovisuais da indústria fonográfica, inferi que apesar de cada vez mais imagéticas, tais produções passam a trazer à tona uma relação entre paradigmas diferente das relações antecedentes. Ademais, essas novas ferramentas permitem quebrar essa “programação” anterior, propiciando concepções nas quais passamos cada vez mais a ver o que ouvimos e a ouvir o que vemos, através de uma relação mais equiparada e que propicia o surgimento de outras possibilidades para o campo audiovisual.

6.3. CAMINHO RUMO À AGRAMATICALIDADE

A partir das considerações de Chion (2008), me distanciei da tendência ao olhar segmentado das questões que possam envolver a relação entre imagem e música. Contudo, as colocações do autor em certos momentos ainda podem, de certa forma, nos parecer mais tensionadas ao dialogismo necessário entre ambos, do que as suas possibilidades de

¹⁹⁹ Trabalhadores cuja principal função é a de segurar as cordas de blocos de trios elétricos que separam as zonas que são pagas das que a população pode ter acesso gratuitamente em festas carnavalescas.

²⁰⁰ estas percepções se influenciam mutuamente e emprestam uma à outra, por contaminação e projeção, as suas propriedades respectivas (CHION, 2008, p.15).

sincretismo. Ao analisar o *corpus* de pesquisa apresentado, acabei por constatar que em certos momentos os produtos midiáticos que dele fazem parte acabam por atender apenas a essa programação de complementariedade, comum por anos em produtos audiovisuais, e em outros parte para uma quebra dessa pré-determinação, fazendo emergir deslocamentos das relações existentes.

Christine Mello (2008), ao analisar aquilo que denominou como *Extremidades do Vídeo*²⁰¹ apontou para uma tendência contemporânea às infiltrações e aos deslocamentos no espaço-tempo midiático da cultura digital, o que acaba por gerar fissuras nos moldes de suas linguagens. Nesse sentido, as fronteiras antes facilmente delimitadas e perceptíveis tendem a ser diluídas. Por consequência, ao estarmos diante de novas configurações que se apresentam costuma-se falar em revoluções e mutações completas que extinguem o que antes existia. Logo, surgem considerações no sentido da de Peter Greenaway (*apud* GAUDREULT; MARION, 2016, p.13) que afirmava que “o cinema está morto.”

Todavia, os produtos e formatos que surgem, mesmo que apresentem novas configurações, não deixam de ter as características dos seus campos de origem. O curta-metragem de Baco Exu do Blues, que citei no capítulo anterior, mesmo que não se encaixe no formato tradicional de videoclipe, ainda assim possui uma das suas principais características que é a de ser um produto audiovisual concebido em prol de um fonograma. De modo similar, as transmissões em 360° dos *shows* do BaianaSystem no *Youtube*, não deixam de configurar-se enquanto resquícios de televisualidades ou de apresentação ao vivo. Partindo desse princípio, me permiti então discordar da inferência de Chris Marker (*apud* GAUDREULT; MARION, 2016, p.19) de que ao vermos um filme na televisão, podemos ver seus vestígios, mas nunca um filme em si. Mesmo que os produtos midiáticos passem por transformações, não seria demasiado afirmar que deixam de figurar-se totalmente enquanto seus formatos originais?

Um carro que faz uma curva ou que vira muda, é claro, de direção (princípio de descontinuidade), mas o carro de antes da curva permanece, no entanto, o mesmo (princípio de continuidade) que o carro de depois da curva. Porém, o que acontece se, como num dos episódios de James Bond, o carro começa a voar? Torna-se, então, um *carro voador*? Ou se transforma em *avião*? O que acontece se ele se desloca, de repente, sobre ou sob a água? Torna-se *carro submersível*? Ou *submarino*? Entre o respeito por certos princípios de continuidade e a irrupção de um número importante de descontinuidades, o que, num caso como esse, o carro se tornou? Persiste algum traço irreduzível, na medida em que algum persista? (GAUDREULT; MARION, 2016, p.17).

²⁰¹ MELLO, Christine. **Extremidades do vídeo**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

As bordas que entrelaçam os produtos midiáticos não deixam de ser vistas apenas por conta de suas possíveis transformações, mas também por conta de que boa parte de sua aplicação já foi por nós naturalizada. Aos nos depararmos com novos dispositivos, estamos condicionados a tentar compreendê-los a partir de uma investigação que costumeiramente está condicionada a interpretá-los a partir de seu caráter de novidade. Porém, contrariando tal questão, Suzana Kilpp (2009) ao retomar aos conceitos²⁰² de cinematismo e imagicidade de *Eisenstein*, nos alerta para o fato de que o cinema, por exemplo, foi configurado antes da sua invenção propriamente dita e que transborda essa delimitação. Assim, segundo a autora a imagicidade da TV é interior à própria televisão, perceptível também nas montagens que lhe precederam.

Compreendi aqui tal consideração como sendo proveniente do sumo dos entrelaçamentos dessas diversas linguagens que a retroalimentam, desaguando em características próprias que mesmo que sejam distribuídas em outros meios, ainda sim irão transparecer essa imagicidade televisual. Tal questão é reiterada quando Kilpp (2009, p.117) coloca a televisão enquanto “grande indústria de reciclagem de restos culturais ou cacos”, mas que incorpora linguagens provenientes de suportes e mídias distintas em prol de configurar sua própria programação.

Miriam de Souza Rossini (2009) discorre através de uma comparação entre os campos do cinema e da televisão, sob o ponto de vista de suas essências, sobre como a partir de seus múltiplos contatos é fomentado um processo de retroalimentação onde ambos contribuem para o surgimento de produtos cada vez mais híbridos. Em contraponto às colocações anteriores, a autora pontua que apesar de possuírem em sua formação a genética proveniente de cada meio, fomentam as suas próprias descendências, concebendo novas imagens. Ainda que esses múltiplos contatos sejam recorrentes há certo tempo, a partir da convergência tecnológica é que suas imbricações tornam-se mais explicitadas e conseqüentemente problematizáveis.

Ao se aprofundar nessas questões, Rossini (2009) aponta que antes que esses diálogos fossem estabelecidos, cada um desses meios possuía suas próprias especificidades, nominadas pela autora como místicas. Contudo, a partir do surgimento de novos aparatos, os produtos passam a ser concebidos à luz dessas hibridizações, ao invés de meras aproximações, onde seus conteúdos e técnicas são arquitetados pensando em múltiplas aplicações.

²⁰² “Uma certa qualidade cinematográfica já existia em obras realizadas antes do invento do cinema, e para falar do cinema que existiu antes do cinema e que continua a existir fora dele, em textos, em desenhos, na música e no teatro, Eisenstein criou algumas palavras, como ‘cinematismo’ e ‘imagicidade’ (EISENSTEIN, 2002, p.8).”

Ao puxar o meu olhar em direção às máquinas sincréticas, logo percebi que atualmente estamos habituados a um outro movimento que foi naturalizado: o de produzirmos tudo através de um só aparelho ou através de um mesmo programa. A inventividade do marco do cinema documental *Crônicas de Verão*²⁰³ (1961), de Edgar Morin e Jean Rouch, tido como um expoente devido à possibilidade de captação de áudio e imagem em sincronia, se torna comum em meio à instantaneidade de *stories* que contam os fatos-vivos²⁰⁴ por meio de *smartphones*. Entretanto, estamos rodeados cada vez mais por máquinas que propiciam contaminações que vão além da mera produção sincronizada. A partir desse viés, ao refletir sobre quais possíveis novos estalões²⁰⁵ estaríamos a vivenciar e que nos interessam observar, encontrei em Santaella e Nöth (2001):

[...] uma dissolução entre visualidade e sonoridade, dissolução que se exacerba a um ponto tal que, no universo digital do som e da imagem, não há mais diferenças em seus modos de formar, mas só nos seus modos de aparição, isto é, na maneira como se apresentam para os sentidos (SANTAELLA; NÖTH, 2001, p.91)

Na contemporaneidade, diversas ferramentas e dispositivos são colocados à disposição daqueles que tem interesse em conceber audiovisuais, o que acaba por desaguar em modificações e apropriações de pré-existências, sejam elas referentes às linguagens ou às técnicas. O próprio conceito de audiovisual em si passa por rupturas, as quais juntamente com as suas derivações são encaminhadas para outras perspectivas, mas que carregam também hereditariedades.

A partir da compreensão dessas proposições, devemos desviar nossos olhares de uma análise meramente gramatical, em processos contemporâneos onde as fronteiras se diluem cada vez mais, mas sem excluir as investigações acerca das particularidades de cada campo. Assim, ao invés de buscarmos apenas as semelhanças em outras referências, tentando encaixar essas novas proposições em pré-existências, devemos despertar a nossa curiosidade ao novo, mas sem perdermos de vista as suas origens.

6.4 O AUDIOVISUAL EM BUSCA DO DEVIR

O cerne de meus questionamentos, após as observações mais gerais de como a intensificação do processo de midiaticização alterou as relações de mediação da indústria fonográfica, passou a se concentrar na percepção de produtos audiovisuais. Nesse sentido, tendo

²⁰³ CRÔNICA de um verão (Chronique d'un été - Paris 1960). Direção: Edgar Morin e Jean Rouch. Videofilmes, 2008, 1 DVD (85min).

²⁰⁴ Verdadeira vocação da câmera seria a exploração dos fatos-vivos (VERTOV *apud* DA-RIN, 2004, p.115).

²⁰⁵ MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

em vista que parte dos procedimentos metodológicos dessa pesquisa foi constatar as programações anteriormente vigentes e como elas passam a ser transformadas pelas tecnomediações, o conceito do que vem ser configurado enquanto audiovisual entra também em zona de modificação.

Ao voltar a pensar acerca da liquidez das fronteiras percebi que os autores que trouxe no tópico anterior falam, de certa forma, sobre o mesmo assunto. Mesmo que utilizem palavras ou teorias diferentes, possibilitam estabelecer uma ponte para interligar seus pensamentos e direcionar o meu. A recorrente citação a essa falta de uma formatação fixa foi também elencada por Dubois (2019), ao retomar o conceito de desterritorialização e reterritorialização²⁰⁶ de Gilles Deleuze e Félix Guattari. De acordo com os autores, existem processos em que as forças neles envolvidas estão em constante movimento, não sendo fixadas ou enquadradas em formato únicos.

Uma das constantes que estou apontando em nosso diálogo é da transformação necessária que devemos ter em relação a como devemos olhar para as fronteiras que circundam os processos midiáticos e os campos em que estão inseridos. A lógica do audiovisual, tão involucra às minhas questões, é uma das que perpassa por transformações as quais fazem surgir derivações que comportam novas formas de como percebê-la. As análises audiovisuais costumam ser feitas a partir do que Chion (2008) denomina como encadeamento de imagens e sons os quais são concebidos para compor um processo orgânico.

A partir dessa análise, a qual tende a compreender o audiovisual enquanto combinação proveniente de segmentos distintos, é propiciada uma leitura mais pautada na compreensão de suas gramáticas constituintes. Contudo, como já apontei a necessidade de pensarmos na transposição dessas bordas ou irmos em busca de uma maior maleabilidade dessas, encontrei em Silva (2009) o termo audiovisualidades, retomando o conceito do GPAv do Diretório CNPq Audiovisualidades. Ao enveredar a discussão acerca dessa definição e do que vem a ser audiovisual, o teórico as coloca em comparação, mas de certo modo, admitindo um grau de complementariedade entre ambas.

A questão é desenvolvida através da analogia à gramática, na qual o último conceito está mais propriamente relacionado à descrição gramatical e a definição do segundo termo está interligada àquilo que o autor denomina como devir. Acerca dessa última palavra, o teórico a conceitua como “uma virtualidade que se atualiza como audiovisual, mas permanece

²⁰⁶ [...] é o que define o princípio dessa energia móvel que é o desejo, que não tem apego, quadro, nem lugar, nem corpo orgânico que o circunscreva (DELEUZE; GUATTARI *apud* DUBOIS, 2019, p.26).

simultaneamente em devir” (SILVA, 2009, p.82). Persistir nessa condição refere-se à capacidade de manter-se enquanto potencialidade de criação audiovisual ainda desconhecida.

A audiovisualidade, nesta perspectiva, é matéria-força que age sobre os sistemas formais do audiovisual fazendo-os proliferar. Mais do que um dispositivo que coloca em cheque os saberes disciplinares constituídos a partir do audiovisual e suas gramáticas, o universo das audiovisualidades constitui-se em palavra de ordem que põe em movimento de criação o próprio audiovisual (SILVA, 2007, p.153).

Ao caminhar através dessas perspectivas ao invés de construirmos percepções que se restrinjam ao audiovisual, estamos corroborando para irmos em direção à quebra de formatos gramaticais que tendem à imiscibilidade. Por conseguinte, a partir desse viés tende-se, segundo ainda o mesmo autor, a observar o audiovisual sem reduzi-lo à determinada mídia audiovisual, mesmo que não descartemos seus processos e mídias envolvidas.

Destarte, passamos então a pensar não mais apenas em cinema, televisão ou, como na maioria dos nossos casos abordados, em *internet* e suas redes sociais. Do mesmo modo, videoclipes, álbuns visuais, *stories* e concepções imagéticas que integram *shows*, bebem livremente nas mais diversas fontes e alternam-se, não necessariamente encaixando-se apenas em uma dessas formas, mas sendo livres para explorar os seus devires. Em paralelo, continuamente buscamos nominar ou encaixar tudo aquilo que passa a ter caráter de novidade ou que foge às gramáticas existentes. Por consequência, termos e conceitos recebem novos delineamentos, os quais não necessariamente precisam ser seguidos, mas que podem continuar nos servindo enquanto pontes de reflexão.

6.5 MODULARIDADE CONCEITUAL: DESDOBRAMENTOS DA IMAGEM-MÚSICA

Ao enveredar em um dos últimos pontos de reflexão que propus no início dessa dissertação, passei a observar como a relação entre o que antes era predominantemente sonoro e aquilo que era considerado imagético deixa de ter o predomínio da imagem sob o som, passando por vezes até a inverter essa lógica. Por isso acabei retornando às conceituações de Alexandre Rocha da Silva, amplamente utilizados ao longo de nosso texto. Uma das primeiras definições que despertou a minha atenção em relação ao processo de investigação de quais as possíveis novas relações que surgiam na era pós-fotográfica incidentes no cenário musical foi apresentado por Silva (2005; 2006; 2009) e denominada pelo autor como imagem-música.

Ao discutir as corporidades eletrônicas em *Elis e a imagem-música*²⁰⁷, o autor aborda como recorte de análise os programas televisivos, das décadas de 60 e 70, comandados por Elis Regina para investigar o conceito apresentado no título desse artigo. Tal definição, segundo Silva (2009), surge a partir das intersecções dos conceitos de Deleuze: imagem-movimento (1985) e imagem-tempo (1990). Ao conceituar a imagem-música como sendo resultante de diferentes linguagens, a qual tem por objetivo suas articulações ao invés da predileção por gramaticalidades específicas, somos levados a mergulhar em águas parecidas com o referencial teórico anteriormente por mim abordado.

Mesmo em uma discussão cuja o foco não seja o de descrever apenas as características presentes na visualidade dessa cantora que justifiquem o conceito primordial proposto no artigo, as reflexões sugeridas por tal teórico acabam por resultar em definições relevantes que contemplam de modo eficaz tal questão. Em mais uma referência a Deleuze, Silva (2009, p.72) cita a permissibilidade do “gaguejar”²⁰⁸, do trânsito, da experimentação, ao se referir a gêneros e formatos.

Ao continuar nos trilhos dessa investigação, questiona ainda sobre o momento em que a música se configura enquanto imagem e o processo contrário, observando que a forma como Elis cantava passou por mutações provenientes da sua relação com a televisão. Do mesmo modo, pontua que os gêneros e formatos musicais criados por tal meio foram sendo modificados, o que configura para o pesquisador como a possibilidade de criações de audiovisualidades digitais a partir das matérias existentes. Podemos pensar nesse sentido, para entendermos formatos e linguagens que surgem e que involuntariamente acabam por vezes se confundindo como novidades a partir do viés de Siegfried Zielinski (2006, p.64): “uma coisa não pode surgir do nada, nem alguma coisa pode se tornar coisa alguma.”

Anterior a publicação do artigo citado, Alexandre Silva possui outros trabalhos nos quais, de certa forma, já dialogava sobre os mesmos aspectos nele inseridos. Um dos pontos recorrentes em suas assertivas é trazer para o cerne de suas questões o que fora afirmado por Santaella; Noth, (2001, p.91) a respeito da dissolução entre visualidade e sonoridade, que citei

²⁰⁷ SILVA, Alexandre Rocha da. **Elis e a imagem-música**. In: SILVA, Alexandra Rocha da; ROSINI, Miriam de Souza (Org.) *Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias*. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

²⁰⁸ “Será possível fazer gaguejar a língua sem confundi-la com a fala? Tudo depende, na verdade, da maneira pela qual se considera a língua: se a tomamos como um sistema homogêneo em equilíbrio [a gramática computacional-matemática da imagem-música], ou próximo do equilíbrio, definido por termos e relações constantes, é evidente que os desequilíbrios e as variações só afetarão as palavras (variações não-pertinentes do tipo entonação [...]). Mas se o sistema se apresenta em desequilíbrio perpétuo, em bifurcação, com termos que, por sua vez percorrem, cada qual, uma zona de variação contínua, então a própria língua põe-se a vibrar, a gaguejar, sem contudo confundir-se com a fala” (DELEUZE, 1997, p. 123).

anteriormente. O conceito de Silva (2005; 2006; 2009) a respeito da imagem-música surge também a partir dessa conceituação. No entanto, o que percebi ao buscar possíveis intertextualidades entre as obras do autor em si, é que por mais que o teórico cite por recorrentes vezes aquilo que conceitua enquanto imagem-música, estagna em uma definição mais inicial, não avançando para diferentes proposições mais analíticas. De todo modo, torna-se importante para o nosso prosseguimento entendermos que, por definição:

Imagem-música é um texto sincrético, quer dizer, um texto formado por diferentes linguagens, em cujos planos de expressão importam mais as articulações entre sons (musicais) e imagens, do que as gramáticas específicas de cada linguagem considerada isoladamente (SILVA, 2006, p.41).

A definição de Silva (2006) se aproxima de fato do conceito anteriormente trazido por Santaella; Nöth (2001), pois ambos referem-se à dissolução de fronteiras entre a música e a imagem, propiciando o surgimento de produtos que caminham rumo à agramaticalidade a que tanto me referi. Porém, para avançarmos para além das observações trazidas na conceito de Silva, torna-se necessário replicar as próprias inquietações do autor, as quais referem-se ao questionamento sobre qual o momento em que a música torna-se imagem e vice-versa. De certa forma, para pensarmos a respeito de tais dúvidas, ao estarmos diante de audiovisualidades podemos retomar Chion (2008) e buscarmos identificar o que vemos a partir do que ouvimos, realizando também o processo contrário. Seguindo através desse viés, observemos as situações seguintes.

Conforme citei por diversas vezes, o BaianaSystem se apropriou de imagens-registro do público do bloco *Navio Pirata* para conceber diferentes produtos midiáticos, os quais foram distribuídos em publicações em variados cortes temporais. A partir desse viés, é comum encontrarmos em suas redes sociais *online* vídeos que estão centrados nos momentos de euforia dos participantes ao vivenciarem o bloco carnavalesco. Em vídeo compartilhado²⁰⁹ em fevereiro de 2016 (Figura 57), a multidão surge em plano geral pulando e cantando o trecho de *Playsom*. Nesse sentido, ao me questionar sobre o que vemos ao ouvir o vídeo e o que ouvimos ao vê-lo cheguei a um denominador comum. Ao suprimirmos um desses componentes, é possível imaginar o outro provavelmente da mesma forma em que o percebemos quando o componente retirado está presente.

²⁰⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BBQOX1rIB6y/?igshid=171azxxixocpn>> Acesso em: 13 de Janeiro de 2020.

Por outro lado, retomando composições visuais que seguem a mesma estética anterior, encontrei um produto midiático²¹⁰ (Figura 58) postado próximo à data de realização do bloco, em 2019, que caminha na direção que almejei apontar. De modo geral, a parte visual apresentada nesse material é composta por elementos comuns nas criações da banda: imagens-registro em preto-e-branco do público pulando durante o *Navio Pirata*, cujos recortes escolhidos são fragmentos dos momentos de explosão do público em certos trechos das músicas tocadas.



Figura 57 - Play Som!
Fonte: Captura de tela do Instagram do BaianaSystem, 2016.



Figura 58 - A poesia do Navio Pirata
Fonte: Captura de tela do Instagram do BaianaSystem, 2019.

Até então, o material não apresentaria tanto caráter de novidade. Porém, ao dispor essas imagens junto a uma trilha instrumental cujo ritmo difere dos graves típicos da musicalidade do Baiana e ao alterar a velocidade das imagens, tornando-as mais lentas do que o comum, passamos a ter uma configuração que difere do exemplo anterior. Os elementos dela separados ou em suas configurações originais possuem conotações diferentes das concebidas quando esses estão em conjunto.

Após essas análises, alguns questionamentos podem servir para propiciar futuros encaminhamentos de observação. Ao fitarmos tais produtos midiáticos, quais diferenças imediatamente tornam-se perceptíveis? Um primeiro ponto que podemos observar é que no primeiro vídeo exposto a associação entre imagem e música é mais voltada à reprodução da captação conjunta desses componentes, o que acarreta em uma construção focada nessa ligação. No outro exemplo demonstrado, a combinação é feita de forma não-automatizada, passando a trazer a partir da junção um outro tipo de significado. Por conseguinte, implica-se diferença entre uma aglutinação de sentidos propiciada pelos modos de captação do registro e a possibilidade de estabelecermos dependências dialógicas conscientes?

²¹⁰ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bu2HOS3gpc3/?igshid=6ud63wekw26f>> Acesso em: 13 de Janeiro de 2020.

Adicionado a tais pontos, me voltou o antigo questionamento em torno da existência de formas que quebram a programação na qual a música está apenas como acessório da imagem. Contudo, continuo até então com o mesmo raciocínio de que, assim como proposto por Arlindo Machado (*apud* SILVA, 2006), não se trata mais de termos como objetivo demonstrar somente as analogias entre imagens e sons. Além disso, discordo da procura pelo momento em que os papéis até então predominantes nos produtos da indústria fonográfica são invertidos e fomentam a inversão dessa hierarquização.

Porém, já que almejei compreender como as possíveis relações entre a imagem e a música podem ser estabelecidas na contemporaneidade e de que modo podem ser modificadas através de aparelhos ou programas, precisei enveredar por outros caminhos. As conceituações anteriores de Silva encontram reverberações e passam a ser desenvolvidas através dos desdobramentos das suas perspectivas iniciais. Conter (2012), a partir dos apontamentos feitos até então sobre imagem-música e ao refletir acerca das suas aplicações em vídeos musicais para *web*, propõe uma atualização do conceito inicial do teórico anterior:

A imagem-música, portanto, será, nesta dissertação, mais do que um texto sincrético entre imagem visual e sonora. É um jogo entre aquilo a que a música deseja atribuir uma musicalidade no audiovisual e este disponibiliza de atributos possíveis para a Música se atualizar. É um jogo entre as duas durações, na forma como elas trabalham uma contra a outra, bem como uma a favor da outra. Onde houver maior tensionamento (ou até mesmo indeterminação) entre as durações da música e do audiovisual será um lugar privilegiado para a análise a ser realizada por esta pesquisa (CONTER, 2012, p.46).

De modo geral, a possibilidade levantada pelo autor inverte, de certo modo, as práticas que costumeiramente ocorrem em videoclipes ou obras cinematográficas, nas quais são utilizadas músicas criadas antes dessas concepções serem concretizadas. Nos vídeos musicais para *web*, segundo autor, passam a ser configuradas após o processo de montagem do vídeo a partir do uso de programas computacionais de edição. Nesse caso, o que Conter (2012, p.13) segue inferindo é de que ao imaginar a música e realizá-la através do audiovisual, o programa computacional é utilizado enquanto “uma espécie de instrumento musical audiovisual.” Desse modo, o que o pesquisador nos aponta é que a imagem-música proposta é fruto de uma montagem audiovisual, não somente sonora. Por consequência, é propiciado como marca estética desse tipo de produto uma relação na qual a música passa a incutir no sonoro, mas também na parte visual desses produtos.

Mesmo que Conter desenvolva o seu conceito a partir das assertivas anteriores de Silva (2006), a forma proposta para executarmos as articulações entre imagem e som passam, de certa forma, a estabelecer uma inversão da lógica de sujeição anteriormente existente, a qual

trouxemos por variadas vezes como um modo de programação vigente. A ponderação que fazemos é baseada no fato de que na proposta feita por Conter (2012), naquilo que denomina como trilha visual, as imagens passam a ser colocadas em função da remixagem sonora.

Ao buscar a virtualidade da música que se manifesta no audiovisual, o autor aponta que o seu olhar foi construído voltado não para a procura sobre a inferência do audiovisual nesse campo, mas sim sobre o processo de interferência contrário. Além disso, coloca que a partir disso cada ação feita na parte musical refletirá na parte visual do produto em questão, o que faz com que as montagens deixem de privilegiar os planos cinematográficos e passem a priorizar as unidades musicais.

Ao exemplificar a proposição por ele feita, o teórico aponta o vídeo *Amateur*²¹¹, disponibilizado no *Youtube* em 2006, como pioneiro nesse sentido. O produto audiovisual é composto por um músico que toca alternando-se entre uma bateria e um piano. Através de um *software* de edição, cada nota musical emitida foi transformada em um plano visual, bem como as células de repetição são realizadas do mesmo modo. Dessa forma, Conter (2012, p.26) delimita que a partir disso cria-se uma imposição do método de composição musical à composição audiovisual, na qual o programa computacional é que passa a ser o instrumento musical. Ao falar sobre o processo de montagem do produto, o pesquisador disserta:

[...] a repetição não é mais *flashback*, mas ritmo. O *slow motion* vira retardando. O *jump cut*, troca de verso pro refrão. Não há sequer linearidade narrativa. A diferenciação entre imagem e som, ou entre imagem e música, começa a ficar nebulosa (CONTER, 2012, p.36).

Nesse caso, podemos perceber que o sonoro passa a inferir no ritmo em que o imagético aparece. Pensando a partir daquilo que fora proposto em *Amateur* (2006) e nas considerações acima afirmadas, passei a buscar outras possíveis aplicações desse delineamento de imagem-música. Uma constante nas apresentações do BaianaSystem é vermos por entre os painéis eletrônicos as palavras-chaves das músicas que estão sendo cantadas (Figura 59). Ao contrário do que poderíamos associar, o modo como isso é realizado difere da função “karaokê”, ou seja, deixa de ser apenas uma opção para o público de acompanhamento dos versos proferidos.

As construções propostas vão além do sentido da textualidade e os vocábulos constituem junto às cores e às formas, uma composição imagética. Para além disso, o modo como essas visualidades são apresentadas obedecem ao ritmo das células melódicas das músicas apresentadas. Mesmo que tal concepção não seja totalmente concebida através de um único

²¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JzqumbhfxRo>> Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

software como no caso anterior, a relação estabelecida está, mesmo com grau de intensidade diferente, regida pelos princípios delimitados pelas assertivas de Conter (2012).



Figura 59 - Para além do Karaokê
Fonte: Capturas de tela do Youtube²¹² do Canal João Carlos, 2019.

Após observar a partir dessas perspectivas e seus possíveis desdobramentos, retornei ao questionamento de Conter (2012, p.28) o qual indaga se a música poderia sobrecodificar suas linguagens à linguagem audiovisual ou “sair diferenciada de si”. Pensando na aplicação dessas conceituações na contemporaneidade, quais as possibilidades de atualização do que o autor e Silva (2006) denominaram enquanto imagem-música?

6.6 A AUDIOVISÃO E A CONSTRUÇÃO DE UM EFEITO KULESHOV PARA AS AUDIOVISUALIDADES

6.6.1 ENTRE GROOVES, GRAVES E MOVIES: A IMAGEM-MÚSICA NO PALCO

“Grooves, graves, movies
Fecha os olhos, acende as luzes”
(BAIANASYSTEM, 2019).

Após muito refletir sobre as possibilidades de audiovisualidades contemporâneas e os produtos audiovisuais delas derivados, tentei buscar caminhos que apontem para àquilo que julguei ser frutífero para o desenvolvimento de produtos midiáticos da indústria fonográfica

²¹² Minutagem do vídeo Arapuca em que está situada a ocorrência descrita: 19:15 - 23:27. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dsRWnR2jJpQ&t=2496s>> Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

que bebam dessas fontes. Um dos principais viabilizadores dessas inquietações foi o modo como o BaianaSystem conduz as suas criações, dentro e fora do palco.

Como relatado logo no prelúdio dessa dissertação, as apresentações ao vivo do grupo musical são cercadas por painéis eletrônicos por onde os signos imagéticos criados por Filipe Cartaxo transitam livremente e tem como companheira de composição a iluminação cênica manipulada por Lígia Chaim. Pode parecer deveras repetitivo ficar pontuando essas mesmas assertivas, mas só quem tem a oportunidade de viver a experiência sensorial de ir a um *show* da trupe baiana entenderia o porquê de incansavelmente insistirmos nesses aspectos.

Ao estar na plateia do Duas Cidades, *show* do disco homônimo, erámos entorpecidos por uma simbiose de música e composições imagéticas que estavam em constante diálogo. As imagens e luzes dançavam no ritmo das células musicais e os discursos de Russo Passapusso eram acompanhados por materiais pixelados apresentados nos painéis eletrônicos. Em faixas como *Playsom*²¹³, por exemplo, dançarinos virtuais com máscaras-careta dançam na tela (Figura 60) ao invés do palco, em composições visuais que pulsam no ritmo das células melódicas, fato que se repete várias vezes durante a apresentação ao vivo. Um outro exemplo que converge nesse sentido ocorreu no Prêmio Multishow em 2018. Na apresentação da música *Capim Guiné*²¹⁴ (2017) (Figura 61), um dos personagens centrais do videoclipe da faixa aparece no palco e nas telas do espaço da apresentação, mas sempre se interligando de forma dialógica à música cantada.



Figura 60 - Coreografias de Écran
Fonte: Galeria do site do BaianaSystem.

²¹³ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TNcwxCeSeUA>> Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

²¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xSgKBPauUQU>> Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.



Figura 61 - As quatro paredes de Capim Guiné
Fonte: Captura de tela do *Youtube*²¹⁵ do Canal Multishow, 2018.

Utilizando dessas possibilidades dialógicas encontrei outras construções em que o imagético interliga-se à apresentação musical. No *show* de Baco Exu do Blues²¹⁶, ocorrido no Áudio Clube em São Paulo, o início da apresentação começa com imagens de *Muddy Waters* se auto definindo enquanto *Bluesman*. Em processos de remediação e remixagem, o áudio introdutório do disco homônimo passa na sequência a ser ilustrado conceitualmente em um telão com os rostos de várias personalidades negras que incontáveis vezes foram vilipendiadas na construção histórica e cultural dominante, ou violentamente arrancadas delas (Figura 62).

Na maioria das músicas apresentadas durante o espetáculo, existe o constante diálogo entre o que se ouve e o que é apresentado visualmente nesse aparato tecnológico. Em outros momentos, assim como prática exercida pelo BaianaSystem²¹⁷ (Figura 63), trechos de videoclipes e outros vídeos veiculados em outros meios são utilizados como parte da performance apresentada, ao invés de só ilustrarem de modo generalista ou abstrato as músicas.



Figura 62 - Moa do Katendê
Fonte: Captura de tela do *Youtube* do Canal Rogério Bui, 2019.



Figura 63 - Remix de audiovisualidades
Fonte: Captura de tela do *Youtube* do Canal donniedarko73, 2019.

²¹⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xSgKBPauUQU>> Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.

²¹⁶ Minutagem do vídeo em que está situada a ocorrência descrita: 01:48 - 03:15. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Z9Khl-omn2I>> Acesso em: 15 de Janeiro de 2020.

²¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kv_4UUCVzMM> Acesso em: 15 de Janeiro de 2020.

Dando continuidade a essas práticas de construção, o *Sulamericano Show*, título da turnê mais recente do BaianaSystem, apresenta-se como uma sequência desse *modus operandi* de composição. Entretanto, o que me pareceu é que a predominância de telas eletrônicas e a quantidade delas dispostas no espetáculo parece ter ganhado força. Anteriormente, a maior parte dos *shows* era composta por um telão principal e uma espécie de balcão-tela, no qual geralmente ficavam locados os músicos João Meirelles, JapaSystem e Mahal Pita, tendo esse último se desligado da banda em 2018, dando lugar ao maestro Ubiratan Marques. Nas apresentações mais recentes, esse aparato que era centralizado foi substituído por painéis eletrônicos individuais, disponibilizados nos locais onde cada um dos músicos referidos fica disposto no palco.

Explanar aqui como as telas são disponibilizadas no espaço cênico das apresentações ao vivo do BaianaSystem pode inicialmente nos parecer uma observação sem tanta relevância. Relatar como os elementos foram modificados ou a sua incidência não necessariamente nos serve como ferramenta analítica para construir as possíveis aplicabilidades das imagens-músicas que estou em busca. Porém, perceber a intrínseca relação entre crescimento do uso do imagético e os componentes sonoros, nos moldes do contrato referido por Chion (2008), pode me servir para apontar para que lugar os atuais e futuros vetores dessa relação podem apontar na indústria fonográfica.

Através do uso dessas telas, em muitos momentos percebi as ligações a que estou continuamente me referindo nesse capítulo. Entretanto, assim como exemplificado no tópico anterior, essas relações passam a ser estruturadas através de outras perspectivas. A partir do uso dos painéis eletrônicos que circundam os músicos anteriormente citados, em muitos momentos ficamos impossibilitados de vermos os instrumentos musicais ou como estão sendo manipulados (Figura 64). Desse modo, a própria performance passa a ser imersa nesses aparelhos fazendo com que passemos a audiovê-las (Figura 65).



Figura 64 - Painéis eletrônicos

Fonte: Capturas de tela do Youtube²¹⁸ do Canal João Carlos, 2019.

²¹⁸ Minutagem do vídeo Arapuca em que está situada a ocorrência descrita: 19:15 - 23:27. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dsRWnR2jJpQ&t=2496s>> Acesso em: 14 de Janeiro de 2020.



Figura 65 - Tocando telas
Fonte: Rafael Souza, 2019.

Diferentemente do que é executado por diversos outros artistas, a parte visual que estou tentando descrever ao longo desse capítulo não é apenas colocada à mercê da parte sonora, ou o ocorre o processo contrário. Os componentes apresentam-se como elementos que ao estarem intrinsecamente interligados compõem um todo que nos é revelado. Logo, deixamos de apenas ouvir um *show*, ou irmos vê-lo, passando então a audiovermos apresentações como as do BaianaSystem. Tal fato corrobora com o discurso de Roberto Barreto, repetido aqui várias vezes, de que o componente imagético tem nas construções da banda o mesmo peso do sonoro.

6.6.2 IMAGEM-MÚSICA RÍTMICA *ONLINE*

Um outro questionamento que poderia surgir a partir da demonstração anterior é qual a ligação que esse tipo de relação possui com os produtos midiáticos do grupo musical que estão locados em ambiente *online*, sobretudo nas redes sociais, espaço destinado à predominância das percepções aqui apresentadas. As criações que relacionam ambos os paradigmas passam a ser cada vez mais intensificadas com essa maior facilidade de concepção, conforme diversamente explanei em outros momentos do nosso diálogo. A intensificação das possibilidades de tecnomediações bem como do uso de práticas midiáticas propicia o surgimento de produções que contemplem cada vez mais esse modo de criação.

Conforme trouxe anteriormente, o material produzido e compartilhado pelo BaianaSystem é, sobretudo nas três redes sociais apontadas em predominância nessa dissertação, majoritariamente pautado em produções que têm por base imagens. Tal constatação nos serve para atestar a incidência também do pós-fotográfico nessa produção, o

qual manifesta-se constantemente através de audiovisuais. A recorrente troca entre esse último termo e a denominação audiovisual, ocorre devido ao fato que muitas das que são disponibilizadas nesses espaços são fluídas e não restringem-se apenas à determinada linguagem, formato ou meio de aplicação. Ao pensar que o campo central do grupo musical é a indústria fonográfica, esse imenso *corpus* serve sobretudo para percebermos a crescente incidência dessas relações, transformando o modo de produzir conteúdo nesse cenário.

No capítulo anterior, elenquei através de diferentes constatações como se torna cada vez mais raro nos depararmos com lançamentos de músicas que ocorrem apenas a partir do compartilhamento do fonograma em si. Todavia, com base nas observações da relação de imagem-músicas que trouxe em aplicações que estão situadas em ambientes, em certo grau, *offline*, como ocorre essa relação em espaços *online*? Ao entrarmos em quaisquer uma das plataformas que predominam como *locus* de minhas percepções, é possível encontrar construções que podem ser encaixadas tanto nos moldes de Silva (2006) e Conter (2012), quanto no sentido que gostaria de apontar.

Em uma análise inicial, devido a intensificação da produção de audiovisuais ocasionada sobretudo pela midiatização, poderíamos achar que essas construções são exclusividade mais recente. Contudo, dentro desse panorama, concepções conceituais como a estabelecida para o álbum *Duas Cidades* (2016) já aconteciam antes do surgimento de ferramentas e programas que facilitam ainda mais esse dialogismo, mas perduram atualmente como uma prática constante. Ao buscar essas ocorrências, encontrei diversas possibilidades que encaixam-se nas proposições de Conter (2012).

Em uma postagem realizada em abril de 2019, a produção midiática²¹⁹ (Figura 66) criada para divulgar as datas das apresentações do *Sulamericano Show* no mês de maio apresentam características de montagem de imagem-música de acordo com o descrito pelo autor. Logo no início, diferentes fotografias são apresentadas no ritmo em que o componente melódico em primeiro plano é executado. Em seguida, as datas dos *shows* aparecem, sendo estas intercaladas com outros elementos gráficos que aparecem exatamente no momento em que os sons eletrônicos são cortados por toques percussivos.

Ao término da apresentação das datas que compõem a agenda da banda, diferentes máscaras surgem e vão aparecendo seguindo o compasso musical, junto com a imagem de um punho cerrado erguido e uma máscara-careta do BaianaSystem. Por fim, ao expor a cartela com a tipografia do título do *show*, volta-se ao modo de construção realizado nas datas, no sentido

²¹⁹ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BwadvO3AQqw/?igshid=1od9bmnflt717>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2020.

de como essa imagem é intercalada pela aparição de máscaras. Ao mesmo tempo, o modo como as cores das letras que formam o nome *Sulamericano Show* aparecem, alteram-se de acordo com outras unidades rítmicas, mas seguindo sempre nos modos de aparição que a música determina.



Figura 66 - Imagem-música rítmica

Fonte: Capturas de tela do *Instagram* do BaianaSystem, 2019.

6.6.3 POR UM EFEITO KULESHOV

Ao estudar as teorias de cinema, sobretudo as relacionadas à montagem cinematográfica costumeiramente acabamos por nos deparar com aquilo que o cineasta russo Lev Kuleshov denominou como Efeito Kuleshov. A partir do nome, muitas vezes acabamos não identificando imediatamente a que essa denominação se refere. Porém, diante de cenas de filmes como *Janela Indiscreta*²²⁰ (1954) ou da sequência de *Pulp Fiction*²²¹ (1995), em que Vincent Vega está prestes a aplicar uma injeção de adrenalina em Mia Wallace (Figura 67), percebi que os significados são construídos a partir do uso essencial de tal efeito. Nesse sentido, o que estou inferindo a partir dessa teoria é que a completude desse fragmento narrativo ocorre a partir da justaposição de planos e da alternância que acontece a partir dos cortes propostos.

²²⁰ JANELA Indiscreta. Direção de Alfred Hitchcock. 1954. (110 min.), son., color. Legendado.

²²¹ PULP fiction. Direção de Quentin Tarantino. 1995. (149 min.), son., color. Legendado.



Figura 67 - A construção do Efeito Kuleshov em *Pulp Fiction*
 Fonte: Capturas de tela do filme *Pulp Fiction* (1995).

A construção proposta pelo cineasta russo se baseia no fato de que ao aglutinarmos perspectivas diferentes em sequência, o cérebro produz a partir dessa associação um significado derivado. É assim que se dá o exemplo clássico²²² desse efeito, no qual a expressão séria de um homem é justaposta às imagens de um prato de comida, uma criança no caixão e uma mulher deitada em um sofá. Nesse sentido, a edição passa a ter grande relevância, de modo similar à imagem-música proposta por Conter (2012). Na sua delimitação, o *software* se torna instrumento musical, em Kuleshov, independente do método de corte utilizado, a montagem vira instrumento de construção de significados.

A todo momento tentei aqui traçar os caminhos que constroem uma nova relação entre o visual e suas imagens constituintes e o componente sonoro, o qual em boa parte manifestou-se enquanto música. De modo geral, o cenário musical como um todo perderia o seu significado atual se tirássemos a possibilidade do uso do imagético. As construções atuais passam a se tornar cada vez mais inimagináveis sem construções que perpassem por essa possibilidade. Basta percebermos como o próprio *show* do Baiana sem o uso dos painéis eletrônicos destoa bastante de quando esses podem ser utilizados.

Um outro aspecto das apresentações ao vivo do grupo baiano é a comum formação de grandes rodas de pessoas na multidão. Uma luz que incide sobre a plateia pode ser apenas um mecanismo para iluminar o público e fazer o artista ver aqueles que o assistem. Entretanto, a partir do momento em que escolhe-se por determinada cor ou modo de inferência (Figura 68),

²²² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=DwHzKS5NCRc>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2020.

motivados pelo momento em que utiliza-se esse atributo, a luz passa a ser componente visual de construção que adicionado aos componentes sonoros, passam juntos um novo significado para audiovermos.



Figura 68: Painéis eletrônicos
 Fonte: Capturas de tela do *Instagram*²²³ do BaianaSystem, 2019.

Nesse tocante, surge o diferencial do olhar que estou tentando construir. O que proponho aqui, mesmo que saiba das diversas possibilidades de estabelecer essa relação, é de que busquemos um grau de equiparidade de importância na construção de produtos midiáticos que ocorram a partir desses paradigmas. Ao pontuar dessa forma, não estou visando um retorno à busca por gramaticalidades, mas sim estabelecer uma relação semelhante à sugerida por Lev Kuleshov. Independente da forma como se manifestem e se as suas fronteiras são mais ou menos perceptíveis, devemos buscar construções em que a imagem e a música/som alimentem uma ligação em que passem a existir em sua completude a partir da presença do outro.

Ao conceituar a imagem-música relacionando essa constituição à digitalização de seus processos de concepção, Silva (2006) condiciona, de certa forma, a composição sincrética à necessidade do cunho digital. Tal fato torna-se compreensível devido a sua ligação à assertiva de Santaella e Nöth (2001) e às facilidades propiciadas a partir dessa possibilidade. A partir desse viés, Conter (2012) nos oferece uma leitura a partir da relação causa e efeito entre a montagem da parte musical e visual, privilegiando, em dada medida, as unidades musicais. Por fim, trouxe aqui o Efeito Kuleshov e a sua relação de construção sígnica. Logo, tendo em vista o que já fora proposto, qual seria a possibilidade de relação entre imagem e música que estou querendo apontar?

Ao retornar mais uma vez à Santaella e Nöth (2001), temos que no formato digital as fronteiras entre imagem e música, do ponto de vista de suas criações, apresentam-se

²²³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BeLyPcvHOTK/?igshid=1bsj5uc8hz1su>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2020.

segmentados apenas à recepção dos sentidos. Todavia, por mais que o meu *corpus* de análise esteja centrado em concepções digitais, a aplicação conceitual que propus aqui transborda para além dessa delimitação. Desse modo, a partir da ideia central do Efeito Kuleshov, de complementariedade entre partes que formam um todo, indico em termos de planos de expressão que uma dessas segmentações seja a imagem e a outra a música e que só em consonância elas façam surgir a imagem-música em sua totalidade.

Nesse caso, tal construção independeria se a resultante será proveniente de um processo de construção rítmica, sígnica, do uso de diferentes aparelhos, programas ou quaisquer desdobramentos que deles forem provenientes. O que importa é quebrarmos as programações em que a imagem e a música ocorrem apenas como mero preenchimento alimentando relações hierarquizadas, ou através de relações inconscientes e involuntárias. A inferência sugerida é de que a partir do seu uso conjunto, agramatical e tendenciosamente sincrético possamos construir a imagem-música no sentido de Lev Kuleshov.

No momento em que ao responder o questionamento de Chion (2008, p.149), “o que vemos a partir do que ouvimos e o que ouvimos a partir do que vemos”, a resposta só seja possível no uso simbiótico de ambos os paradigmas, onde ao tirarmos um, o outro sozinho passe a ter significado ou peso diferente do que tem ao estar configurado em conjunto, estaríamos configurando a imagem-música de acordo com o que estou tentando inferir. Logo, se aplicarmos isso à imagem-som, mostrar ao mesmo tempo o sinal escolar soando em *Baby one more time* não configura-se no aspecto que estou propondo.

Em material postado²²⁴ em janeiro de 2019 (Figura 69), temos uma composição que vai além da construção baseada em captação conjunta de áudio e imagem. O produto audiovisual proposto tem como trilha sonora um pequeno trecho da introdução da faixa *Arapuca*²²⁵, com duração média de dez segundos. Na letra da canção, mesmo que esta não apareça nesse excerto, há menção²²⁶ ao povo Tupi, o que parece levar a produção a trilhar por esse caminho. A parte visual do vídeo é construída por três elementos distintos. Um *gif* com o rosto de diferentes indígenas aparece no canto inferior do enquadramento. Ao centro, está situado um vídeo no qual é possível notar uma região desmatada. Na parte superior do quadro está localizada uma ilustração na qual homens, que nos parecem representar a figura do colonizador, estão no centro

²²⁴ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bsp28xrgaYR/?igshid=cyi29oo733at>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2020.

²²⁵ Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/5WBOWPmga0BZF0OKUmky4r?si=tlIFbhF9RqyPBAD0xQp7lw>> Acesso em: 16 de Janeiro de 2020.

²²⁶ “O povo é tupi, vai te entupir. Madeira é de lei que não dá cupim, sim.” Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/baianasystem/arapuca.html> Acesso em: 16 de Janeiro de 2020.

de uma roda com vários outros indivíduos, os quais assemelham-se à representação dos nossos povos originários.



Figura 69 - Imagem-música de *Arapuca*
 Fonte: Captura de tela do *Instagram* do BaianaSystem, 2019.

Notemos que cada parte constituinte desse produto tem a sua própria relevância, mas que a conceituação geral dele é advinda da construção conjunta de todos esses elementos em conjunto. No sentido do diálogo da imagem-música, o trecho musical é parte de uma música que faz referência ao “pensamento de resistência política atual”, conforme afirmado por Russo Passapusso (Red Bull, 2019, *online*). De modo similar, as composições imagéticas ao estarem associadas fazem alusão às violências sofridas pelos povos indígenas, os quais historicamente têm seus territórios e riquezas naturais tomadas por colonizadores brancos. Desse modo, tendo em vista que nessa construção o componente imagético possui grau de importância similar ao sonoro, compreendemos que ao suprimir quaisquer um desses elementos passamos a ter um produto midiático diferente do proposto do que quando estão em consonância em imagem-música.

Em paralelo, a partir do desenvolvimento de perspectivas que concebiam essa relação a partir de tais moldes, passamos a caminhar no sentido apontado do que Santaella (2007, p.133) definiu como híbrido, ou seja para a “atual coexistência, convivência e sincronização das culturas oral, escrita, impressa, massiva, midiática e ciber que se misturam todas elas na constituição de um tecido cultural polimorfo e intrincado.” Por consequência, no sentido que estou pontuando, *gifs*, vídeos-registro, figurinhas, *stories*, imagens, *liric* videos e todo o resto fazem parte das audiovisuais da música e tendem à construção de pós-fonográficos, cujas

delimitações necessitam de estudos futuros. A necessidade de formatos ou formas únicas tornam-se dispensáveis, mas estabelecem uma outra possibilidade para a relação entre imagem e música.

Nesse viés, a questão deixa de ser mais uma hierarquização de um sobre o outro e passa a ser de uma relação simbiótica composta por algoritmos, *bits* e *pixels*, intensificada por máquinas sincréticas e suas tecnomediações, mas não exclusivas dessas. Ao serem exacerbadas através da intensificação da mídiatização desse cenário e seus produtos, acabam por atualizar a relação entre o imagético e o sonoro na indústria fonográfica, constituindo novas possibilidades para imagens-músicas que antes estavam apenas em devir.

6.7 DIÁLOGOS DO PÓS E A FLUIDEZ DAS FRONTEIRAS

Ao buscarmos literaturas mais recentes que abordem as questões aqui pontuadas, é comum encontrarmos a recorrência do termo *pós*. Por vezes, a utilização desse prefixo é criticada devido a automaticidade com que o utilizam, sem necessariamente fazer uma reflexão acerca do seu valor agregado. Além disso, a apropriação desse vocábulo está recorrentemente atrelada ao seu caráter histórico, em um sentido cuja referência é centrada em um recorte relacionado à temporalidade. Phillipe Dubois (2019), afirma que a utilização do *pós* acoplado a um termo seguinte não pode ser compreendida necessariamente como algo que faz menção ao que vem após. Mesmo que tenha me debruçado ao longo da dissertação em observações situadas na contemporaneidade, um outro procedimento metodológico utilizado foi prioritariamente pensar no novo não enquanto objeto inédito, mas sim em algo que fora construído a partir dos diálogos entre o até então existente e os vetores que se apresentavam como possíveis futuros.

Por conseguinte, trata-se não de apenas aglutinarmos tal prefixo aos campos por nós visitados, inferindo que trazemos caráter de novidade apenas por recortarmos análises mais recentes, mas sim de observarmos como esses se comportam frente às novas possibilidades que surgem. A partir desse viés, podemos pensar aqui no que viria a ser um produto pós-fonográfico, por exemplo.

Todavia, para delimitar tal conceito no sentido do uso do termo que estou falando devemos primeiro compreender, assim como nos reporta Dubois (2019, p.21), a relação entre o previamente existente que ele chama de “já lá” e as novas práticas do pós utilizadas

atualmente. Nesse sentido, caminhando em direção em sentido próximo aos questionamentos²²⁷ feitos pelo autor, o fonográfico passa a ser outra coisa a partir dessas perspectivas? Podemos trocar a utilização da expressão ouvir música, para contemporaneamente falarmos em audiovê-las? Quais as condições que estariam nesses questionamentos circunscritas?

De certa forma, a partir da fluidez com que costurei os assuntos que embasam os diálogos que tecemos até aqui, por vezes me referi ao cinema, em outras à televisão, à fotografia e ao audiovisual no geral, mas todos eles estão interligados se pensarmos que, de certa forma, estamos refletindo a partir do olhar da filosofia da fotografia e da midiaticização acerca de como as tecnomediações vêm proporcionando alterações nos diálogos entre o imagético e o sonoro. Assim, pensando nas máquinas sincréticas que as mediam, como esse sentido do *pós* pode incidir na forma como as produções audiovisuais, ou as audiovisualidades se relacionam com os produtos midiáticos da indústria fonográfica? Uma primeira reflexão que pode ser feita refere-se à conceituação da definição de tal prefixo:

Para dizer claramente: com o *pós*, as distinções entre os meios, que se pensavam claras e estabelecidas, como a distinção entre fotografia e cinema, por exemplo, cessam de ser adquiridas, quer dizer, cortadas e estabilizadas. Os critérios de distinção dos meios, ou seja, as pretendidas especificidades de cada um, utilizadas de forma habitual ao longo de todo o século XX, que aparecem como evidentes e são consideradas quase ontológicas (por exemplo, a ideia de que a fotografia é uma imagem fixa e o cinema, uma imagem em movimento), tornam-se no mínimo, problemáticos, vagos e instáveis. As práticas do *pós* não cessam de interrogá-los, atravessá-los, sacudi-los, fazê-los flutuar e de colocá-las em crise. As categorias por eles instituídas (foto *versus* cinema) estão cada vez mais porosas, de modo que já não se sabe exatamente onde se encontra a fronteira, como se a divisão entre uma e outra já não pudesse mais ser discriminante (DUBOIS, 2019, p.24).

De certa forma, as assertivas acima podem parecer redundantes, a julgar as considerações feitas por Santaella e Nöth (2001) que citei antes. Todavia, apesar da contaminação entre som e imagem na formação de um produto sincrético, os autores apontam ainda uma possível separação entre ambos no modo como se apresentam aos sentidos. De modo similar, ao refletir acerca do contrato audiovisual, Chion (2008, p.146-147) estabelece que nesse sentido trata-se mais de uma justaposição de elementos, os quais independem de uma fusão completa, do que de uma combinação.

Ao pensar a partir dessa perspectiva, uma indagação que me surgiu é se nas configurações contemporâneas a relação entre som e imagem refere-se a partes justapostas ou

²²⁷ “Como o *pós* se articula com o que ele porta? O *pós* vem assegurar a ideia de que existe uma identidade instituída a um conjunto ‘já lá’ e, ao mesmo tempo, afirmar a ideia de que existe uma especificidade própria ao *pós*? E em que consiste exatamente essa suposição do *pós* (em relação ao ‘já lá’)? O *pós* seria uma simples evolução? Um *depois* em relação a um *antes*? Ou indica uma transformação? Radical ou não? Um prolongamento? Uma alteração? Uma alteridade? Qual é a sua natureza? Histórica, estética, formal, pragmática, ideológica, epistêmica? E, sobretudo, quais são os instrumentos metodológicos e teóricos que nos ajudam hoje a pensar essa passagem da entidade ao *pós*?” (DUBOIS, 2019, p.19-20).

segue a partir das outras relações que relatei e que passam a ser prospectadas. No sentido que abordei em minhas análises, devemos caminhar em busca de como um paradigma infere sobre o outro, fazendo com que os produtos deles derivados passem a existir através dessa simbiose, mas sem ignorarmos os contratos e contrastes neles vigentes.

7. CONSIDERAÇÃO FINAIS

A partir de desmaterializações da cultura, a quais podem ser propiciadas por novas plataformas virtuais de distribuição em rede, pela produção de conteúdos midiáticos a partir do uso das mídias digitais e da divulgação dos bens simbólicos através de novos espaços de diálogo, surgem possíveis reflexões para repensarmos as relações entre a midiática e o cenário musical contemporâneo. Tendo em vista a relevância de percebermos possíveis encaminhamentos, bem como notar as programações através da observação do que Braga (2012, p.50) colocou como “experiências sociais de produção de circuitos e de dispositivos interacionais”, tentei construir um diálogo que atendessem a esses quesitos evidenciados.

Por conseguinte, apresentei inicialmente algumas experiências empíricas do cenário musical atual, por acreditar que o alcance dessas produções está intrinsecamente vinculado à exploração de tais questões. Os produtos midiáticos absorvem amplamente as potencialidades das ferramentas disponíveis, reconfigurando seus conteúdos a partir do surgimento de novas possibilidades de uso. Por vezes, apresentam caráter inovador, devido reprogramarem suas finalidades iniciais ou as explorarem quase que ao mesmo tempo em que programações ainda estão sendo configuradas. A partir do que fora inferido por Barros e Nicolau (2016), que relacionam a reconfiguração de gêneros midiáticos na cibercultura aos processos comunicacionais vigentes, percebi que as práticas da indústria fonográfica são reconfiguradas a partir de processos sociais tecnomediados. Dessa forma, surgem cada vez mais produções que convergem em telas *touchscream*, mas que ao habitarem fora delas continuam a tecer diálogos com práticas midiáticas.

Ao perceber que, segundo Barros (2012), a mediação está relacionada à ação de interligar duas partes a partir de diferentes interações, a midiática pode ser apresentada como prática mediadora desse mercado, tendo nas tecnomediações poderosas ferramentas para auxiliar na construção de seus alicerces. Dessa forma, podemos perceber que através de práticas midiáticas novas formas de articulação dessa indústria são propiciadas e alteradas, bem como a relação entre as suas dinâmicas internas, desaguando por vezes em novas formas do fazer artístico.

Conforme a música passou a ser executada em locais fora das grandes catedrais, reproduzida através das ondas *FM* ou distribuída por método *P2P*, foi moldando-se às novas programações que surgiam e conseqüentemente teve que repensar suas estruturas e modos de concepção. Do mesmo modo que a inserção do fonógrafo no contexto doméstico ou a difusão do rádio alteraram modos de consumo, produção e distribuição, as tecnomediações que ocorrem

através do uso das novas mídias e passam a ser exacerbadas com as práticas midiáticas vêm transformando a música e os seus processos constituintes. Em um contexto que propicia autodistribuições com custos cada vez menores e insurge-se aos moldes tradicionais através de *prosumers*²²⁸ e iniciativas “*Do it yourself*”, os intermediários antes indispensáveis em um sistema com moldes de indústria cultural, são pulverizados através dos usos sociais, aplicativos e ferramentas. Destarte, os utilizam como métodos de resistência às determinações financeiras e programações de aparelhos, bem como da própria indústria fonográfica.

Ora, mas o mercado musical continuamente se reinventa e aplica as mudanças sociocomunicativas ao seu *modus operandi*, por isso não apresentei total ineditismo nessas observações. Porém, o que trouxe aqui foi a emergência de reconhecermos que no ciclo atual de adaptação do setor, outras relações passam a determinar suas práticas e ocasionam novos efeitos para além dos que já incidiam sobre ele. Ao retornar à idade média a que Paiva (2008, p.3) se referiu, corroboro com o autor ao reconhecer que há tempos ela está sendo configurada. Todavia, o que procurei ao longo dos nossos diálogos foi evidenciar o que tal teórico aponta como característica essencial que a configura: “o traço mais marcante da experiência cultural na ‘idade média’ é a maneira como os indivíduos entrelaçam os seus discursos e ações cotidianas com as informações midiáticas.”

Nesse viés, por mais que a mídia já exista há mais tempo, essa idade média refere-se à intensificação de seu uso. Ao trazer tal assertiva para os contextos aqui abordado, o que tentei inferir ao falar em midiática da indústria fonográfica corrobora nesse sentido. O uso de mídias nessa indústria foi uma constante em sua configuração. No entanto, a intensificação da midiática configura-se como uma aplicação da idade média nesse cenário, modificando as suas relações e a sua própria estrutura.

Tendo em vista a condição imagética do cenário contemporâneo, bem como a facilidade para concepção de produtos midiáticos nesse mundo pós-histórico e pós-fotográfico, passei a uma progressão analítica que teve como um dos objetivos apresentar o que denominei como *Soundsystem de Bits*. Ao apresentar o uso do audiovisual em relação a produtos da indústria fonográfica, passei progressivamente a me debruçar em outros tipos de relação prospectadas. Contudo, o que quis evidenciar neste trabalho foi que os vetores deste panorama apontam para um novo protagonismo das produções audiovisuais propiciado pela intensa midiática da indústria fonográfica. A configuração apresentada difere das programações anteriormente vigentes, que costumeiramente resumiam-se a videoclipes ou materiais programados e

²²⁸ Consumidor que opta por não apenas consumir, mas produzir seus bens (TOFFLER, 1980).

concebidos por grandes gravadoras e seus contratados, mas que não os exclui da possibilidade de apropriação dessas novas formas de práticas midiáticas.

Destarte, nada mais propício do que adaptar-se a esses novos rumos, aos caminhos da imagem-música. Tais percursos não necessariamente devem se restringir ao conceito desenvolvido por Silva (2006), às aplicações de Conter (2012) ou a por mim sugerida. Porém, devem compreender que torna-se cada vez mais inimaginável no cenário atual pensarmos apenas em audibilidades, descolando o imagético das criações dessa indústria. Tendo em vista isso, a fim de continuarmos compreendendo como os laços dessa relação são estreitados, continuemos em uma constante observação da configuração desse cenário de intensas produções audiovisuais e quais os possíveis desdobramentos que surgem como consequência desse dialogismo.

A busca que propus desacredita em fórmulas únicas para o funcionamento desse cenário, pois caso contrário voltaríamos aos moldes de passividade dos interagentes, os tratando de forma massiva e extinguindo suas especificidades enquanto seres brincantes que manipulam as possibilidades dadas. Tendo em vista o que nos falava Flusser (2002), de que o papel do fotógrafo seria selecionar as categorias dentre as que estão condicionados às programações dos aparelhos, continuemos a pensar nas relações dialógicas entre usuários e programas. Devemos buscar constantemente concepções de usos sociais das tecnologias de modo que subvertam pré-determinações aos propósitos de seus funcionários e que entendam que o estar programado vai além da sua integração com aplicativos e aparatos tecnológicos.

Ao quebrarmos a programação, estamos em busca da construção de mediações para além das obrigatoriamente vigentes e de relações que nos conduzam à liberdade almejada por tal teórico. Tal viés se apresenta como caminho necessário a ser conduzido, para evitarmos o retorno a gramáticas herméticas que geram imiscibilidades entre os paradigmas aqui abordados e que vilipendiam a busca por usos criativos dessas pré-determinações. Perceber ainda como os artistas estão concebendo produtos a partir dessas possibilidades que surgem, ao mesmo tempo que programas modificam a suas programações iniciais, as absorvendo e propiciando novas possibilidades, surge como maneira de compreendermos como é possível tornar-se interessante nesse mar de opções da Cauda Longa a que nos falava Anderson (2006).

No segundo capítulo, entrei em um dos subtópicos fazendo menção ao pensamento de Kierkegaard (O DESPERTAR DE MCLUHAN, 2002), o qual nos aponta a necessidade de compreendermos as configurações já existentes, mas visarmos seus usos futuros. Desse modo, ao replicar novamente o nome do último álbum do BaianaSystem, citado tantas vezes, indago

diante do que fora exposto: que futuro é esse que não demora? O que muda com essa nova ambiência que é configurada?

A partir da intensificação da mídiatização da indústria fonográfica e das tecnomediações que incidem nas suas relações, as formas de concepção, consumo e distribuição de produtos sofrem com essas ocorrências. A própria forma de fazer música sofre modificações passando a ter a sua relação com o paradigma visual alterada, se desenvolvendo cada vez mais a partir de audiovisuais. As modificações antes sofridas através de alterações na arquitetura dos espaços de apresentação, nos modos de gravação de fonogramas ou nas mediações das relações entre seus interagentes passa a moldar-se pelo crivo das concepções mídiatizadas que tem nos diálogos com o pós-fotográfico e as imagens técnicas um novo agente catalizador de alterações de suas estruturas.

Na possibilidade de constituir o que poderíamos nominar como pós-fonográfico²²⁹, a instantaneidade de relações, a efemeridade de concepções potencializadas através de remediações e remixabilidades, e as imagens-músicas que habitam em devires audiovisuais apresentam-se como possíveis encaminhamentos para os vetores da indústria fonográfica. Para chegar a essas constatações fiz alguns cruzamentos teóricos e analíticos. Porém, aponte a necessidade de estudos futuros a fim de entendermos melhor os possíveis aprofundamentos na compreensão dos delineamentos que se apresentam desse imenso manancial volátil de graves, *bits e pixels*.

²²⁹ Tal conceituação deve guiar-se a partir da aglutinação de tal prefixo nos referidos moldes de Dubois (2019), citados anteriormente.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Jorge. **O som e o audiovisual**. Fórum media, 2004.
- ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- BAIANASYSTEM. **Duas Cidades**. Salvador: Máquina de louco, 2016. Disponível: <<https://open.spotify.com/track/0mW4qfi2vus7qErr9jAeFJ?si=-taTGyP6RiOpOAlmiOcNXw>> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.
- _____. **O futuro não demora**. Salvador: Máquina de louco, 2019. Disponível: <https://open.spotify.com/album/195RDcBkD9dUqWBO75eCgQ?si=C0G_APQFTZuOxnXH U8IZWA> Acesso em: 05 de Agosto de 2019.
- BARROS, Laan Mendes. **Recepção, mediação e midiatização: conexão entre teorias europeias e latino-americanas**. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & midiatização* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 79-106. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf>. Acesso em: 05 de Janeiro de 2019.
- BARROS, Miriam; NICOLAU, Marcos. **Iamamiwhoami na cena musical de nicho: reposicionamento mercadológico mediante ação dos fãs e fandom**. 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0477-1.pdf>> Acesso em: 20 de Julho de 2018.
- BLADE RUNNER**. Direção de Ridley Scott. Estados Unidos, 1982. (117 min.), son., color. Legendado.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: Th e MIT Press, 2000.
- BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & midiatização* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 31- 52. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf>. Acesso em: 05 de Janeiro de 2019.
- BURGES, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.
- BYRNE, David. **Como funciona a música**. Barueri, SP: Amarilys, 2014.
- CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CARDOSO FILHO, Jorge, JANOTTI JR., Jeder Silveira. **A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática**. In: FREIRE FILHO, João; JANOTTI JR, Jeder (Orgs.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: Edufba, 2006, p.11-24.

CHION, Michel. **Música, Media e Tecnologias**. Trad. Armando Pereira da Silva. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

_____. **A audiovisualização**: Som e imagem no cinema. Edições Texto e Grafia, 201, 2008.

CONTER, Marcelo Bergamin. **Imagem-música em vídeos para web**. 2012. 139 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/49264/000829810.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 04 Não é um mês valido! 2018.

CRÔNICA de um verão (Chronique d'un été - Paris 1960). Direção: Edgar Morin e Jean Rouch. Videofilmes, 2008, 1 DVD (85min).

CURY, Ricardo. **Atrás da máscara**. 2016. Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/muito/noticias/1756277-atras-da-mascara>>. Acesso em: 25 de Maio de 2018.

DA-RIN, Silvio. **Espelho Partido**. Rio de Janeiro: Azougue, Editorial, 2004.

DELEUZE, Gilles. **Crítica e clínica**. São Paulo: Ed. 34, 1997.

DE MARCHI, L. **Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009**: desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e conseqüências para a diversidade cultural no mercado de música. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). ECO-UFRJ, Rio de Janeiro, 2011B.

DUBOIS, Philippe. **Pós-fotografia, pós-cinema**: Os desafios do “pós”. FURTADO, Beatriz; *In*: DUBOIS, Philippe. Pós-fotografia, pós-cinema: novas configurações das imagens. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2019. p. 16- 30.

EISENHARDT, K. M. **Building theories from case study research**. The Academy of Management Review, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

EISENSTEIN, Sergei. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2002.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008. 206p.

_____. **Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Relume Dumará, 2002.

GAUDREAU, André; MARION, Philippe. **O fim do cinema?** Uma mídia em crise na era digital. Tradução Christian Pierre Kasper. Campinas, SP: Papyrus, 2016.

HERSCHMANN, Micael (Org.). **Nas bordas e fora do mainstream musical**: Novas tendências da música independente no início do século XXI. São Paulo: Estação das Letras e das Cores / FAPERJ, 2011.

_____. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

HJARVARD, Stig. **Mediatização:** teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural, Matrizes, vol. 5, núm. 2. 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38327/41182/%3E.%20Acesso%20em:%2016%20nov.%202018.>> Acesso em: 13 de Novembro de 2019

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. Martino; FRANÇA, Vera Veiga. (Orgs.). **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências Petropólís, RJ: Vozes, 2010.

JANELA Indiscreta. Direção de Alfred Hitchcock. 1954. (110 min.), son., color. Legendado.

JANOTTI JR., Jeder Silveira. **Metodologia de análise midiática da música popular massiva.** Projeto de pesquisa apresentado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Salvador: PósCom/UFBA, 2008.

_____; PIRES, Victor de Almeida Nobre. **Entre os afetos e os mercados culturais:** as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. *In:* JANOTTI JR, Jeder; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida (Orgs.). Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011. <http://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Jannoti-Dez_anos_a_mil_industria_da_musica_em_transicao.pdf>. Acesso em: 10 de Março de 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2º ed. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **O que aconteceu antes do YouTube?.** *In:* BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Trad. Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009b. p.143-164.

KILPP, Suzana. **Devires audiovisuais da televisão.** *In:* SILVA, Alexandra Rocha da; ROSINI, Miriam de Souza (Org.) Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão nas mídias. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

KITTLER, Friedrich. **Mídias Ópticas:** curso em Berlim. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

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

LEMO, André. **Cidade e mobilidade.** Telefones, celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. Matrizes / Revista do Programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, Ano I, n. 1, jul-dez 2007.

LIMA, Tatiana Rodrigues. **O balanço do bit:** mediações da música na era digital. 2013. 256 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Cultura Contemporâneas, Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <[https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13009/1/Tatiana Lima.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13009/1/Tatiana%20Lima.pdf)>. Acesso em: 15 de Julho de 2018.

MACHADO, Arlindo. **Arte e mídia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2010.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge, MA; London, England, The MIT Press, 2001.

_____. **Novas mídias como tecnologia e ideia: dez definições**. In: LEÃO, Lucia (Org.). *O chip e o caleidoscópio: reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: ed. Senac, 2005, p. 23-50.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis, Rj: Vozes, 2009.

MASCARENHAS, Alan; PINHEIRO, Elton Bruno; TAVARES, Olga (Org.). **Culturas midiáticas audiovisuais: estudos**. João Pessoa: Ideia, 2014. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/elivre/olga_pc_tablet.pdf>. Acesso em: 05 de Julho de 2018.

MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., (Orgs.). **Mediação & midiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 53-78. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf>. Acesso em: 05 de Janeiro de 2019.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. São Paulo: Atlas, 2006.

MELLO, Christine. **Extremidades do vídeo**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

MIDANI, André. **Do vinil ao download**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

MINHAVA, João Marcelo. **Modelo Definitivo? Pensando a Reconstrução do Mercado de Música Através do Streaming**. 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2699-1.pdf>>. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2019.

MLABS. **Tudo sobre o Instagram! O guia completo (e atualizado!) da rede social**. 2018. Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/instagram/>>. Acesso em: 05 abr. 2019.

O AUTO DA COMPADECIDA. Direção de Guel Arraes. Brasil, 2000. (104 min.), son., color. Legendado.

O DESPERTAR DE MCLUHAN. Direção de Kevin McMahan. [s.i]: 2002. (94 min.), son., color. Legendado. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BkmTYGGq0cQ>>. Acesso em: 07 de Março de 2019.

PADILHA, Álvaro. **Baiana System 'Experience'**. 2018. Disponível em: <<https://portaldisparada.com.br/cultura-e-ideologia/baiana-system-experience/>>. Acesso em: 16 de Março de 2019.

PAIVA, C. C. Elementos para uma epistemologia da cultura midiática. **Culturas Midiáticas**, v. 1, p. 9-27, 2008. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/download/11622/6662>> Acesso em: 10 de Julho de 2019.

_____. **Sob o signo de Hermes, o espírito mediador:** midiatização, interação e comunicação compartilhada. *In:* JANOTTI JR., Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs.). *Mediação & Midiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p.149-170.

PEDROSA NOGUEIRA, Bruno. **Ok computer:** Novas práticas sociais na indústria fonográfica geradas pela internet. 2008. 100 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Pernambuco, Recife, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/2915/1/arquivo1867_1.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2020.

PIMENTEL, Evandro. **Faixa a faixa: Baianasystem – "O Futuro Não Demora"**. 2019. Disponível em: <<https://www.redbull.com/br-pt/music/faixa-a-faixa-baianasystem-o-futuro-nao-demora>>. Acesso em: 27 de Abril de 2019.

PINHEIRO, Chico. **Mudança dos ventos à vista.** *In:* PERPÉTUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu (Orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PULP fiction. Direção de Quentin Tarantino. 1995. (149 min.), son., color. Legendado

RAMOS, Fernão. **A imagem-câmera.** São Paulo: Papirus, 2012.

RIBEIRO, Eduardo. **O baile de máscaras do BaianaSystem.** Disponível em: <https://www.vice.com/pt_br/article/qkqejv/baianasystem-mascaras-filipe-cartaxo> Acesso em: 23 de junho de 2017.

RIBEIRO, Rudah; LIMA, Diane. **Baiana system se consagra como uma experiência audiovisual de uma Bahia contemporânea.** 2015. Disponível em: <<http://nobrasil.co/baiana-system-se-consagra-como-uma-experiencia-audio-visual-de-uma-bahia-contemporanea/>>. Acesso em: 25 de Maio de 2018.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Prefácio.** *In:* MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. *Mediação & midiatização* [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 31- 52. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf>. Acesso em: 05 de Janeiro de 2019.

ROSENROT, Ana. Alice Guy-Blaché, a verdadeira mãe do cinema. **Revista Literalivre**, Jacareí: SP, v. 3, n. 14, p.5-13, mar. 2019. Bimestral. Disponível em: <<https://rl.art.br/arquivos/6610337.pdf>>. Acesso em: 04 de Agosto de 2019.

ROSSINI, Miriam de Souza. **Traduções audiovisuais:** múltiplos contatos entre cinema e tevê. *In:* SILVA, Alexandra Rocha da; ROSINI, Miriam de Souza (Org.) *Do audiovisual às audiovisuais: convergência e dispersão nas mídias*. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

SÁ, Simone Pereira de; BITTENCOURT, Luiza. Espaços urbanos e plateias virtuais: o YouTube e as transmissões de espetáculos ao vivo. **DOSSIÊ** – Megaeventos e espaço urbano. Edição 40, n. 24, v.1, 1º semestre 2014. Disponível em: <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/viewFile/13135/10072>>. Acesso em: 10 de Agosto de 2018.

_____; HOLZBACH, Ariane Diniz. **#u2youtube e a performance mediada por computador**. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/viewFile/3429/3294>>. Acesso em: 05 de Julho de 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo: Experimento, 1996.

_____. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Editora Paulus, 2007.

_____. **O impacto das novas mídias sobre a cultura**. In: VILLARES, Fábio (Org.). *Novas Mídias Digitais (audiovisual, games e música): impactos políticos, econômicos e sociais*. Rio de Janeiro: E-papers, 2008

_____; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. Iluminuras, São Paulo, 2001.

SANTOS, Ana Flávia. **Lavoisier nos livros didáticos: uma análise à luz da história da ciência**. 2015. 105 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História da Ciência, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/13314/1/Ana%20Flavia%20Santos.pdf>>. Acesso em: 15 Março de 2019.

SASTRE, Ricardo Marques; MARTEL, Marcelo. Do Vinil ao Mp3: análise evolutiva das embalagens de discos no Brasil. **Arcos Design**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p.121-136, jun. 2016. Disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/arcosdesign/article/download/13586/18726>>. Acesso em: 05 de Agosto de 2019.

SILVA, Alexandre Rocha da. **Devires de Imagem-Música**. In: INTERCOM - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Rio de Janeiro. INTERCOM, 2005.

_____. **A imagem-música**. In: *Comunicação: Veredas (UNIMAR)*, v. 5, p.39- 49, 2006. Disponível em: <<https://www.unimar.br/biblioteca/publicacoes/comunicacao05.pdf>>. Acesso: 14 de Julho de 2018.

_____. **Semiótica e audiovisualidades: ensaio sobre a natureza do fenômeno audiovisual**. **Revista Fronteiras**, vol. IX nº 3, 2007. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5852>>. Acesso: 14 de Julho de 2018

_____; ROSINI, Miriam de Souza (Org.) **Do audiovisual às audiovisualidades: Convergência e dispersão nas mídias**. Porto Alegre: Asterisco, 2009. 159 p.)

SILVA, Gislene. **Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediação e midiaticização?**. In: JANOTTI JR., Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda. *Mediação & Midiaticização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012. p. 107-122.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **A música na época de sua reprodutibilidade digital**. In: PERPÉTUO, Irineu Franco; SILVEIRA, Sergio Amadeu (Orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

SILVERSTONE, Roger. **Por Que Estudar A Mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SOARES, T. **A Estética do Videoclipe**. João Pessoa: Editora UFPB, 2013.

SODRÉ, Muniz. Sobre a vida anunciada. **Galáxia**: revista transdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura, São Paulo, p.1-271, 2001. Semestral. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1233/740>>. Acesso em: 07 de Fevereiro de 2019.

_____. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

_____. **As Estratégias Sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. **Eticidade, campo comunicacional e midiaticização**. In: MORAES, Dênis de (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SOUSA, Diogo; IRIART, Jorge. **Viver dignamente**: necessidades e demandas de saúde de homens trans em Salvador, Bahia, Brasil. *Cad. Saúde Pública* [online]. 2018, vol.34, n.10. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v34n10/1678-4464-csp-34-10-e00036318.pdf>> Acesso em: 01 de Agosto de 2019

TEMPOS modernos. Direção de Charles Chaplin. Estados Unidos, 1936. (87 min.), P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HAPilyrEzC4>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira Onda**. 5ª ed. Rio de Janeiro, Record, 1980.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VERÓN, ELISEO. Teoria da midiaticização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, vol. 8, n. 1, jan-jun, 2014, pp. 13-19. Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Disponível em: <http://portal.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20180205111629.pdf> Acesso em: 16 de Outubro de 2019.

VLADI, Nadja. **Grave, mais grave!** Um passeio pelos territórios sonoros e afetivos do projeto BaianaSystem. 2016 Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1591-1.pdf>> Acesso em: 01 de Agosto de 2018.

YIN. R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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