

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Lucas Laender Waltenberg

**De partituras a aplicativos móveis**  
novas convenções do formato “álbum de música” na cultura digital

Niterói, RJ  
2016

Lucas Laender Waltenberg

**De partituras a aplicativos móveis**  
novas convenções do formato “álbum de música” na cultura digital

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Simone Pereira de Sá

Niterói, RJ  
2016

**Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá**

**W231 Waltenberg, Lucas Laender.**

De partituras a aplicativos móveis: novas convenções do formato "álbum de música" na cultura digital / Lucas Laender Waltenberg. – 2016.

201 f. : il.

Orientadora: Simone Pereira de Sá.

Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, 2016.

Bibliografia: f. 188-201.

1. Álbum de música. 2. Convenção simbólico-material. 3. Formato de gravação. 4. Cultura digital. I. Sá, Simone Pereira de.

LUCAS LAENDER WALTENBERG

**De partituras a aplicativos móveis**  
novas convenções do formato “álbum de música” na cultura digital

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Comunicação.

Vinte de abril de dois mil e dezesseis.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Beatriz Brandão Polivanov – Presidente  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

---

Prof. Dr. Felipe da Costa Trotta  
Universidade Federal Fluminense (UFF)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Martha Tupinambá de Ulhôa  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marcia Regina Tosta Dias  
Universidade Federal de São Paulo (Unifesp)

---

Prof. Dr. José Cláudio Siqueira Castanheira  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Niterói, RJ  
2016

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Paulo e Cinara, pelo apoio incondicional, por acreditarem nas minhas escolhas e torcerem por mim. Obrigado também, Alfredo, pelo amor, pela confiança e pela paciência de sempre. Valeu Thiago, meu irmão gêmeo querido, que me deu de presente uma cunhada e uma sobrinha maravilhosas.

À Simone Pereira de Sá pela orientação (em todos os sentidos da palavra), gentileza e dedicação nessa parceria de dez anos. Todas as questões trabalhadas aqui surgiram a partir dessas trocas e eu não poderia estar mais agradecido.

Ao Keir Keightley por ter me recebido no doutorado-sanduíche – realizado na University of Western Ontario – pelas reuniões valiosas, pelas aulas inspiradoras, pela indicação de textos e dedicação exemplar. Obrigado pelas conversas. Agradeço também aos amigos de lá que compartilharam esses momentos comigo.

Aos professores Felipe Trotta, Martha Ulhôa, Marcia Tosta Dias e José Cláudio Castanheira por terem aceitado participar da banca. Tenho certeza que os comentários de vocês farão este trabalho crescer.

A todos os professores do curso de Estudos de Mídia e do PPGCOM da UFF, especialmente Ana Enne e Marildo Nercolini pela amizade e pela inspiração. Agradeço também a Afonso Albuquerque por ter feito despertar em mim, ainda em 2005, uma vontade que eu nem sabia que tinha em seguir a carreira acadêmica. Obrigado também, Marco Roxo, pelas sugestões e pela paciência.

Aos amigos do PPGCOM da UFF e do LabCULT por compartilharem conversas valiosas e risadas, mesmo em momentos de desespero e prazos apertados. Agradeço especialmente a Melina Santos e Diego Brotas pelo companheirismo.

Obrigado também Pedro Curi, Diego Paleólogo, Isabela Lachtermacher, Daniel Rainho, Aline Siqueira e Tiago Elídio, pelas conversas e pela amizade, acompanhando este trabalho desde o início.

Beatriz Polivanov, obrigado por tudo. Obrigado por ser uma amiga incrível e uma inspiração para mim.

Marina Damin, agradeço a parceria profissional e pessoal. Obrigado por acreditar e confiar em mim, por me dar calma quando eu preciso e força pra seguir em frente.

Obrigado aos atenciosos funcionários do PPGCOM da UFF, especialmente Luciana, pelo apoio sempre necessário.

Finalmente, agradeço também aos alunos, aos colegas e aos professores que encontrei ao longo desses quatro anos de doutorado. Todos vocês, de uma forma ou outra, fazem parte desse trabalho.

*“This is Major Tom to Ground Control  
I’m stepping through the door  
And I’m floating in the most peculiar way  
And the stars look very different today  
For here am I sitting in my tin can  
Far above the world  
Planet Earth is blue  
And there’s nothing I can do”*

*Space Oddity; David Bowie*

## RESUMO

A cultura digital vem apresentando uma série de desafios para o formato cultural “álbum de música”. A introdução de suportes digitais como o CD e, principalmente, o MP3 abre caminhos para outras práticas de escuta e possibilidades de comunicar o produto musical, não mais centradas no álbum, entendido como um produto fechado, coerente temática e sonoramente, pré-estruturado através da disposição das faixas em ordem específica e consumido também em termos materiais, tácteis e visuais. Através de dados que apontam a queda na circulação dos formatos físicos e o crescimento do consumo de música de forma unitária, aposta-se no “fim” do álbum ou, pelo menos, em uma forte desvalorização. Em direção contrária, o argumento desta tese sustenta que, mesmo nesse cenário, o álbum de música não somente continua a estruturar grande parte da experiência musical em diferentes esferas – produção, circulação e consumo – como a cultura digital oferece possibilidades de ampliação de nosso entendimento do formato, onde a materialidade permanece cumprindo papel central. Pergunta-se, então: como as **convenções simbólico-materiais** do álbum são reorganizadas na cultura digital? O primeiro passo para construir o argumento é entender que o que se convencionou chamar de álbum é entendido através da articulação de três categorias: **protocolo de escuta do álbum**, que lida com questões relativas aos aspectos “artístico-culturais” e temáticos de determinada produção fonográfica registrada em um álbum; **protocolo de escuta do suporte**, que considera a materialidade do suporte como central nas práticas de escuta e entendimento do formato e o **protocolo de usos dos paratextos**, o qual diz respeito aos paratextos do álbum, tais como título do álbum, nomes das faixas, imagens, encarte, letras impressas, textos de apresentação, agradecimentos, ficha técnica etc. Na segunda parte, dois estudos de caso – o livro de partitura *Song Reader*, de Beck, e o álbum *Biophilia*, lançado por Björk como um aplicativo para dispositivos móveis – discutem as categorias problematizando as convenções do álbum na cultura digital.

## PALAVRAS-CHAVE

álbum de música; convenções simbólico-materiais, formatos de gravação; cultura digital

## ABSTRACT

Digital culture has been presenting a number of challenges towards the cultural form “music album”. The introduction of digital carriers such as the CD and, mainly, the MP3, open paths for other listening practices and possibilities in communicating the musical product, no more centered in the album, which we understand as a closed product, thematic and sonically coherent, where the tracks provide a structure, and consumed in a material, tactile, and visual manner as well. Through data that points to the fall in the circulation of physical formats and the increasing of unitary music consumption, the “end” of the album is to be expected, or at least a great devalorization. In opposite direction, this thesis arguments that, even in this context, the music album persists not only structuring a significant part of musical experience accross different areas – production, circulation, and consumptinon – but also that digital culture offers possibilities to amplify our understanding of the format, where materiality still fulfills a central role. So we ask: how the album’s **symbolic-material conventions** are reorganized in digital culture? The first step to build the argument is to understand that what was conventionally named album is better understood through the articulation of three categories: **listening protocol of the album**, that deals with artistic, cultural and thematic layers of a given phonographic production registered in an album; **listening protocol of the carrier**, that considers the carrier’s materiality as a fundamental instance of listening practices and the **usage protocol of paratexts**, that covers the album’s paratexts, such as the album title, track names, images, booklet, printed lyrics, liner notes, acknowledgments, production credits, and so on. In the second part, two case studies – Beck’s sheet music album *Song Reader*, and *Biophilia*, launched by Björk as an *app* for mobile devices – discuss the categories posing new questions for the album’s conventions in digital culture.

## KEYWORDS

music album; symbolic-material conventions; recording formats; digital culture

## LISTA DE FIGURAS

FIG. 1: CAPA DE <i>VELVET UNDERGROUND &amp; NICO</i> . ARTISTA: THE VELVET UNDERGROUND. ANO: 1967 .....	56
FIG. 2: CAPA DE <i>STICKY FINGERS</i> . ARTISTA: THE ROLLING STONES. ANO: 1971 .....	56
FIG. 3: CAPA DE <i>SGT. PEPPER'S LONELY HEARTS CLUB BAND</i> . ARTISTA: THE BEATLES. ANO: 1967 .....	58
FIG. 4: CAPA DE <i>RITMOS E MELODIAS</i> . ARTISTA: K-XIMBINHO E SEU CONJUNTO. ANO: 1956 ..	59
FIG. 5: CAPA DE <i>TROPICAL/BACANAL</i> . ARTISTA: BONDE DO ROLÊ. ANO: 2012 .....	60
FIG. 6: CAPA DA EDIÇÃO JAPONESA DE <i>SLIPPERY WHEN WET</i> . ARTISTA: BON JOVI. ANO: 1986	63
FIG. 7: CAPA DE <i>SLIPPERY WHEN WET</i> . ARTISTA: BON JOVI. ANO: 1986.....	63
FIG. 8: CAPA DE <i>CAVALO</i> . ARTISTA: RODRIGO AMARANTE. ANO: 2013.....	64
FIG. 9: CAPA DE <i>MAYSA</i> . ARTISTA: MAYSА. ANO: 1964.....	66
FIG. 10: CAPA DE <i>NARA</i> . ARTISTA: NARA LEÃO. ANO: 1964.....	66
FIG. 11: À ESQUERDA, A CAPA DA PARTITURA ORIGINAL DE “ROUGH ON RATS”; À DIREITA, A CAPA DE “ROUGH ON RATS” EM <i>SONG READER</i> .....	123
FIG. 12: CAPA DA PARTITURA “NOW THAT YOUR DOLLAR BILLS HAVE SPROUTED WINGS”	124
FIG. 13: CAPA DA PARTITURA “DON’T ACT LIKE YOUR HEART ISN’T HARD” .....	124
FIG. 14: CAPA DA PARTITURA “WHY DID YOU MAKE ME CARE?” .....	125
FIG. 15: CAPA DE “MUTILATION RAG” .....	126
FIG. 16: CAPA DE “AMERICA, WHERE’S MY BOY?” .....	128
FIG. 17: PARTE INTERNA DA PARTITURA “PLEASE LEAVE A LIGHT ON WHEN YOU GO”.....	129
FIG. 18: CONTRACAPA DE “DON’T ACT LIKE YOUR HEART ISN’T HARD”, COM TRECHO PROMOCIONAL DA PARTITURA “WHY DOES A HEART THAT LONGS TO LOVE YOU HAVE TWO HANDS THAT WON’T?” .....	130
FIG. 19: PRODUTOS ANUNCIADOS NA ÚLTIMA PÁGINA DA PARTITURA “WHY DID YOU MAKE ME CARE?” .....	133
FIG. 20: ENSAIO PUBLICADO NA CONTRACAPA DA PARTITURA “JUST NOISE” .....	134
FIG. 21: CAPTURA DE TELA DO SITE <i>SONGREADER.NET</i> .....	137
FIG. 22: CAPTURA DE TELA DO APLICATIVO <i>BIOPHILIA – GALÁXIA</i> .....	155
FIG. 23: CAPTURA DE TELA DO APLICATIVO <i>BIOPHILIA – MENU INTERNO DA FAIXA “HOLLOW”</i> .....	157
FIG. 24 COMPOSIÇÃO COM CAPTURAS DE TELA COM “ANIMATION”, “LYRICS”, “SCORE” E “CREDITS” DO APP PARA A MÚSICA “HOLLOW” .....	158
FIG. 25: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “MOON” .....	160
FIG. 26: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “THUNDERBOLT” .....	162
FIG. 27: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “CRYSTALLINE” .....	163
FIG. 28: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “DARK MATTER” .....	165
FIG. 29: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “HOLLOW” .....	166
FIG. 30: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “VIRUS” .....	167
FIG. 31: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “SACRIFICE” .....	168
FIG. 32: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “MUTUAL CORE” .....	169
FIG. 33: CAPTURA DE TELA DO APP PARA A MÚSICA “SOLSTICE” .....	170

## SUMÁRIO

LADO A – CONVENÇÕES DO ÁLBUM .....	11
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>FAIXA 1: DEFINIÇÕES .....</b>	<b>24</b>
1.1 O ÁLBUM ENQUANTO UM FORMATO CULTURAL .....	25
1.2 PROTOCOLOS DE ESCUTA .....	34
1.3 PROTOCOLO DE USOS DOS PARATEXTOS .....	53
<b>FAIXA 2: O PROBLEMA DO ÁLBUM NA CULTURA DIGITAL .....</b>	<b>69</b>
2.1 DESMATERIALIZAÇÃO E SUBSTITUIÇÃO: PERSPECTIVAS PARA ORGANIZAR O DEBATE .....	73
2.2 A “CRISE” DO ÁLBUM NO CD: CONTEXTO E ESTRATÉGIAS DE PERSISTÊNCIA .....	79
2.3 A “CRISE” DO ÁLBUM NO MP3: CONTEXTO E ESTRATÉGIAS DE PERSISTÊNCIA .....	90
LADO B – ESTUDOS DE CASO .....	104
<b>FAIXA: 3 SONG READER.....</b>	<b>105</b>
3.1 TENSÕES ENTRE REGISTROS MUSICAIS ESCRITOS E GRAVADOS .....	107
3.2 <i>SONG READER</i> : O ÁLBUM COMO UM LIVRO DE PARTITURAS .....	117
3.3 <i>SONGREADER.NET</i> : O ÁLBUM COMO UM <i>SITE</i> COLABORATIVO .....	136
<b>FAIXA 4: BIOPHILIA.....</b>	<b>145</b>
4.1 ARTICULAÇÕES ENTRE TECNOLOGIAS MÓVEIS DE COMUNICAÇÃO E A CULTURA DA MÚSICA .....	148
4.2 O ÁLBUM-APLICATIVO <i>BIOPHILIA</i> .....	154
4.3 A REMEDIAÇÃO DO ÁLBUM DE MÚSICA NO <i>APP BIOPHILIA</i> .....	171
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>176</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>188</b>

LADO A

CONVENÇÕES DO ÁLBUM

## Introdução

Em 1948, a companhia fonográfica Columbia lançou o disco de 33 $\frac{1}{3}$  rotações por minuto (r.p.m.). O *Long-Play* (LP), como o suporte ficou conhecido, trazia cerca de vinte minutos de música em cada lado e vinha protegido por uma embalagem de papelão: a capa e a contracapa. Ainda que o nome “álbum de música” já tenha sido usado anteriormente, como no conjunto de discos de 78 r.p.m. organizados em caixas, é através do LP que se consolida uma série de características que vão organizar falas e entendimentos sobre o álbum de música nos anos posteriores. Rapidamente, o LP tornou-se a principal fonte de renda da indústria fonográfica. Para além de um protagonismo econômico, o objeto apontava também para aspectos organizacionais da música. Não mais lançadas em discos com apenas duas faixas, ou em caixas contendo vários discos, artistas puderam levar a público uma produção mais complexa, no sentido de disponibilizar em um mesmo objeto uma quantidade maior de material musical, ordenado em uma sequência e, com o tempo, contextualizado por imagens, fotografias, cores, tipografias, títulos e textos.

Este trabalho toma como premissa o álbum enquanto um formato cultural, compreendendo as diversas e complexas relações que ele constrói. Para tanto, partimos da ideia de que, em primeiro lugar, o álbum musical deve ser entendido como um instrumento de comunicação entre o artista e seu público, uma vez que ele media a produção musical com o ato de escuta. Entretanto, essa mediação extrapola o campo sonoro para incorporar elementos imagéticos, textuais e tácteis. A imagem presente na capa pode apresentar um elo de ligação entre as músicas e o tema explorado naquela produção específica; o título, os nomes das músicas e textos de apresentação publicados na capa, na contracapa ou no encarte trazem outros fundamentos simbólicos para completar a escuta e, por fim, diferentes suportes e materiais usados na embalagem trazem particularidades tácteis que ajudam a complementar os sons do álbum.

Em segundo lugar, um álbum musical é mais do que algo para se escutar. Trata-se de um objeto para ser contemplado, colecionado e para contar histórias. Muitas capas de álbuns já têm aceito o seu status como obra de arte, sendo frequentemente dissecadas na literatura acadêmica, no jornalismo musical ou em conversas informais. Se, como Benjamin (1985) afirma, o colecionador retira das mercadorias o valor de uso para dar-lhes somente um valor

afetivo, o álbum musical é a chave para entender a afeição que doamos a nossos discos de vinil e CDs. Álbuns também servem para contar histórias, nos mais diferentes níveis. Seja uma história contada através das músicas, como em um álbum conceitual, seja um recorte biográfico da vida do colecionador, ou até mesmo como uma outra forma de olhar para a História. Afinal, como disse Patti Smith certa vez: “cara, se você quer ver por onde andou o mundo, apenas procure algumas capas de álbum antigas” (JONES e SORGER, 1999, p. 70).

Aqui, entendemos o álbum como um formato cultural da forma como Sterne (2011, p. 64) classifica o MP3 como um artefato cultural: “um conjunto cristalizado de relações sociais e materiais”. Propomos trabalhar o álbum de música tendo em vista de que por ele perpassa uma série de disputas estéticas, mercadológicas e industriais. O álbum de música é mais do que a tecnologia de reprodução sonora onde ele é registrado, seja ela o disco de vinil, o CD ou o MP3. No formato, são materializadas estratégias de agregação de valor, experimentações artísticas e concessões mercadológicas.

Uma outra forma de problematizar o álbum é observar a relação estabelecida entre suportes fonográficos, aparelhos de reprodução e os usos feitos deles. A tecnologia digital vai mostrar que existem diversas formas de se “usar” um álbum. Se por um lado, o disco de vinil preserva mais facilmente a integridade do formato, as músicas de um CD, ao serem desmembradas em computadores pessoais, quebram a unicidade do formato, descolando as faixas de uma obra musical da totalidade que as mantêm relacionadas entre si. Os arquivos MP3s levam essa ruptura a um outro patamar ao inserir a música em redes de compartilhamento online e lojas virtuais, onde apenas uma ou outra faixa pode soar mais atraente que o álbum como um todo.

Entretanto, mesmo nesse cenário, defendemos que o álbum permanece um formato cultural relevante, que organiza a cultura da música em um sentido mais amplo, a indústria fonográfica e os afetos que humanizam objetos como LPs, CDs e, por que não, MP3s. Em primeiro lugar, artistas não deixaram de lançar suas canções em álbuns e a crítica musical ainda se pauta neles para articular seus discursos. Segundo, os consumidores continuam a comprar álbuns nos mais variados suportes, como o próprio vinil e a fita cassete, ambos dados como ultrapassados há poucos anos atrás. Por fim, vemos aparecer na internet e em dispositivos digitais mais recentes, como *tablets* e *smartphones*, experiências de imersão multimidiáticas, que remetem ao consumo do álbum como um produto singular, com atrativos estéticos extra-musicais e passível de coleção.

Se formos encarar o álbum enquanto um formato cultural, precisamos nos ater também aos aspectos levantados acima que, na discussão acadêmica sobre música, parecem

ser encarados apenas pontualmente. Grande parte dos trabalhos sobre o álbum de música concentram a discussão na economia política da indústria fonográfica, tratando esse objeto apenas como mais um elemento em um debate mais amplo, que envolve fusões, levantamento de dados de mercado e modelos de negócio. Por outro lado, quando o álbum é posto em debate, é tratado sob um olhar tão específico, focado em um artista ou um elemento – como a capa, por exemplo – que não dão conta da multiplicidade de questões relevantes que podem ser extraídas em um olhar multifacetado.

Por isso, o caminho priorizado nesta tese vai adotar um viés comunicacional para pensar o álbum interdisciplinarmente com amparo dos estudos de som, das materialidades e da cibercultura. Entendendo os estudos de som como a área que “estuda a produção material e o consumo de música, som, barulho e silêncio e como esses mudaram ao longo da história e em diferentes sociedades” (PINCH e BJSTERVELD, 2004, p. 636), acreditamos que essa perspectiva vai oferecer o aparato conceitual necessário para pensarmos a articulação entre som e formatos culturais. Pensar a materialidade tendo em conta os diferentes olhares sobre cultura material trará mais ferramentas para pensar a complexidade material do álbum de música em diferentes suportes. E a orientação pela cibercultura nos permitirá pensar novos problemas para o álbum de música no ambiente online para além do debate acerca da “crise” ou “reconfiguração” da indústria fonográfica. Afinal, como pontua Pereira de Sá (2006, p. 6), o estudo da cibercultura deve ser entendido “como um contínuo processo de inovação e reapropriação tecnológica, cujas práticas – ambíguas, múltiplas e plurais – remontam ao diálogo com boa parte da história das tecnologias da informação e da comunicação.”

Tendo em vista essas colocações, nossa questão de pesquisa é tentar compreender a persistência do álbum de música enquanto um formato cultural relevante, avaliando como ele organiza a cultura da música, a indústria fonográfica e lógicas de atribuição de valor.

Articulando aspectos de cunho material, tecnológico e simbólico, apostamos que o álbum mantém-se como um formato cultural distinto frente aos variados usos possibilitados por diferentes suportes fonográficos<sup>1</sup>, aparelhos de reprodução sonora e redes de circulação musical. Em mais detalhes, a sua materialidade vai direcionar o olhar para o suporte onde a música é registrada e quais elementos ajudam a tornar o álbum presente. Discos de vinil, fitas cassete, CDs, MP3s e aplicativos móveis possuem características materiais e *affordances*

---

<sup>1</sup> Ao longo deste texto frequentemente usaremos os termos “formato” e “suporte” como trabalhado por Dantas (2005), para quem o suporte seria a base onde é registrada a música, como o CD, o LP e o próprio MP3. Já o formato, é a “forma em ato, encarnada em seu corpo midiático” (DANTAS, 2005, p. 5), representada pela própria canção ou, ainda, pelo próprio álbum.

bastante particulares. Entendemos que cada uma dessas tecnologias “cria” um álbum diferente, uma vez que o insere em uma rede de *affordances* articuladas por cada suporte. O álbum em CD, por exemplo, pode criar formas de exploração do formato bastante distintas daquelas possibilitadas pelo disco de vinil. Na esfera do simbólico, cada suporte ativará um repertório de sentido próprio, trazendo percepções sobre afetos, qualidade sonora e propostas estético-musicais diferentes.

Dado o universo de estudo, a ideia aqui é trazer respostas para as perguntas que esse formato nos coloca: como os diferentes suportes de reprodução musical criam experiências bastante específicas de consumo do álbum? Que sistema de valores está agregado aos suportes e como eles são construídos? Qual o papel da crítica nesse processo? Entendendo que o álbum foi uma importante instância legitimadora para artistas da “época do LP”, como essa função se desdobra para os suportes musicais posteriores?

Para dar conta da discussão, optamos por fazer um estudo usando diferentes mídias musicais para perceber como o álbum é configurado em diferentes suportes. Nesse sentido, álbuns em discos de vinil, CDs, MP3s e aplicativos móveis estão sendo usados como fonte de pesquisa. Além desses materiais, recorreremos também à literatura acadêmica adequada para a fundamentação teórica e para o debate, e a exploração em revistas e sites especializados. O objetivo desse olhar panorâmico por meio de diferentes interlocutores é trazer exemplos, mapear atravessamentos e estratégias de valoração na mediação entre indústria, álbum de música e ouvintes.

Como toda pesquisa, esta também tem seu limite que, na discussão aqui apresentada, circunscreve-se no *corpus* e casos escolhidos para apresentação e análise. Como estratégia para ampliar essas fronteiras, usamos um panorama variado de fontes acadêmicas e jornalísticas, nos apropriando dos exemplos usados por um conjunto amplo de autores, tentando mostrar como nossa questão pode ser desdobrada em exemplos que, a princípio, pareceriam difíceis de juntar em um mesmo contexto. Grande parte da bibliografia consultada e das fontes sobre as quais foi montada a argumentação colocam seu foco em produções fonográficas de países de língua inglesa, associadas primordialmente ao rock com uma certa vontade de experimentação. Outra parte, que trata de bandas e artistas brasileiros, reúne em sua maioria um grupo de músicos afiliados ao universo *indie*, que pertencem à dita “nova geração da MPB” – ainda que tal categoria seja alvo de intensos debates (ALMEIDA, 2014) – e que ganham resenhas empolgadas nas páginas de revistas como a *Rolling Stone Brasil*, principal veículo de crítica e jornalismo musical consultado durante a pesquisa, que por sua vez, também já traz um recorte. Ainda que a revista traga em suas páginas uma variedade de

estilos musicais, gêneros mais associados aos contextos rural e popular encontram pouco espaço na publicação. Álbuns de música infantil, trilhas sonoras e música clássica, assim como os de música sertaneja e brega também poderiam ser incluídos na discussão e, certamente, trariam desdobramentos interessantes das convenções do álbum. Entretanto, o recorte intencional desta tese optou por deixá-los de fora, uma vez que pareceria mais coeso unir a bibliografia acadêmica selecionada com fontes, revistas especializadas e livros de referência do mesmo universo musical. De fato, não é nosso interesse construir a categoria-chave de análise aqui como um modelo a ser aplicado em todo e qualquer caso. Ainda que a noção de convenções simbólico-materiais do álbum, sobre a qual falaremos adiante, possa ser usada em outros exemplos, seu limite é dado pelos exemplos e estudos de caso discutidos aqui.

Posto isso, a tese está dividida em duas partes, cada uma com dois capítulos. A primeira parte se dedica à fundamentação que vai explorar conceitualmente o problema de pesquisa, percorrendo o surgimento do álbum, estabelecendo categorias e desdobrando a questão principal. A segunda parte lidará com o problema do álbum na cultura digital através de dois estudos de caso, retomando as categorias mapeadas e construídas previamente. Defendemos que o estudo de caso é uma ferramenta metodológica importante para testar as categorias mapeadas. A proposta é descrever e analisar de forma aprofundada um objeto específico, através de observação atenta e articulação com uma variedade de fontes, como entrevistas, reportagens e comentários críticos. Com isso, esperamos conseguir explorar a constituição de novas convenções do álbum de música.

O primeiro capítulo, então, mapeia os pontos principais do debate, que permearão todo o trabalho. Inicialmente, interessa-nos mostrar como o álbum tornou-se o principal produto da indústria fonográfica. Ainda que o termo guarde relações com suportes anteriores, vamos nos ater às disputas valorativas entre o disco LP de 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m. e o *single* de 45 r.p.m. para desdobrar as questões que surgem quando olhamos mais detidamente para as estratégias de mercado associadas a eles, para os valores atribuídos e para a materialidade desses objetos. Essas três perspectivas servirão como guias para construir uma definição do álbum, através do mapeamento de categorias, amarradas sob o termo *convenções simbólico-materiais*.

A ideia é que essa categoria principal mostre que o álbum de música é configurado a partir de uma série de convenções que, ao mesmo tempo que estruturam boa parte do nosso entendimento sobre o formato, cria espaço também para experimentações e revisões. De acordo com Howard Becker, em *Art Worlds* (2008, p. 29), entendemos que convenções artísticas:

cobrem todas as decisões que devem ser feitas a respeito dos trabalhos produzidos, ainda que uma convenção particular possa ser revista para um dado trabalho. Convenções ditam os materiais que serão usados, [...] as abstrações que serão usadas para transmitir ideias ou experiências particulares, [...] a forma na qual materiais e abstrações serão combinados, [...] sugerem as dimensões apropriadas de um trabalho, [...] regulam as relações entre artistas e audiência, especificando os direitos e obrigações de ambos<sup>2</sup>.

Defendemos que o álbum de música é uma convenção na medida em que se parte de um modelo para a produção de outros álbuns de música. É importante perceber também que a priori as convenções não são dadas; ao contrário, elas são construídas ao longo do tempo, colocando em diálogo estratégias mercadológicas da indústria fonográfica e ambições artísticas por parte dos músicos. Com o passar dos anos, a capa do álbum, por exemplo, foi se tornando parte de suas convenções, assim como a disposição das faixas, a embalagem e a forma de se abordar um álbum no contexto jornalístico. Como lembra Becker (1977, p. 10), “[...] as convenções permitem a existência das atividades cooperadas através das quais os produtos de um determinado mundo se atualizam, permitindo, ainda, que isto ocorra com um investimento de tempo e energia relativamente pequeno”. Dessa forma, a convenção aponta para o estabelecimento de padrões e a obediência a eles. As convenções do álbum firmam um conjunto de regras e, ao fazê-lo, padronizam processos de produção, comercialização e análise de álbuns. São essas convenções que nos permitem colocar lado a lado exemplos tão distintos de produção fonográfica, que vão desde a bossa nova da gravadora Elenco ao experimentalismo eletrônico de Björk, passando pelo hard rock da banda norte-americana Bon Jovi.

Ao mesmo tempo, porém, ainda que os conjuntos de convenções imponham uma série de limites e padrões, tentativas de ruptura são frequentes. Nas palavras do autor, “porque o equipamento vem a incorporar um conjunto de convenções de uma forma tão coercitiva, artistas frequentemente exercem sua criatividade ao tentar fazer equipamentos e materiais fazerem coisas que eles nunca intencionaram” (BECKER, 2008, p. 58). Dessa forma, ainda que as convenções do álbum estabeleçam padrões na esfera produtiva, na distribuição, na escuta e na crítica de música, elas criam espaços de ruptura e podem acabar por facilitar o surgimento de novas convenções. Perceber esses pontos de quebra e reconfigurações nas convenções do álbum é fundamental para a construção do nosso argumento. Neste trabalho,

---

<sup>2</sup> Tradução do autor para: “cover all the decisions that must be made with respect to works produced, even though a particular convention may be revised for a given work. Conventions dictate the materials to be used, [...] the abstractions to be used to convey particular ideas or experiences, [...] the form in which materials and abstractions will be combined, [...] suggest the appropriate dimensions of a work, [...] regulate the relations between artists and audience, specifying the rights and obligations of both”.

faremos isso percorrendo pontos importantes de consolidação do álbum, destacando momentos de ruptura e de reconfiguração.

As *convenções simbólico-materiais* encerram o conjunto de elementos que consideramos relevantes para compreender o álbum enquanto um formato cultural. Desdobrando essa categoria em níveis, temos o *protocolo de escuta do álbum*, o *protocolo de escuta do suporte* e o *protocolo de usos dos paratextos*. Esses três pilares, quando observados em conjunto, nos ajudam a perceber o álbum em sua proposta sonora e/ ou temática, os usos possibilitados pelo suporte e a complementaridade de informações textuais e imagéticas para a reunião de músicas contidas no formato. Enquanto as duas primeiras categorias são mapeadas em um mesmo subcapítulo, a discussão sobre paratexto ganhou uma seção à parte, pois entendemos que o termo apresenta maior complexidade, necessitando um desdobramento mais detalhado.

Mesmo sem entrar especificamente neste debate, é importante notar que as convenções do álbum, da forma como serão tratadas aqui, apontam para um certo tipo de uso distintivo. Elas direcionam o ouvinte para uma escuta intensiva, detalhista e imersiva, onde o sujeito irá se debruçar sobre o álbum e mergulhar nas músicas enquanto folheia o encarte, lê as letras ou demais textos e busca relações entre a capa, o título do álbum e as faixas. Realmente, grande parte da crítica musical se pauta nesse tipo ideal de escuta para articular sua fala e, em entrevistas, artistas acionam esse modo de ouvir ao falar sobre suas produções. Entretanto, sabemos que não necessariamente ouvintes irão consumir dessa maneira. E, apesar do MP3 alavancar um grande debate sobre “ouvir música em movimento”, de forma “distraída”, competindo com outros sons e afazeres, CDs, fitas cassete e discos de vinil também podem ser ouvidos de forma não contemplativa, distraidamente. Além do mais, focar na escuta nos obrigaria a fazer um estudo de recepção que não está no escopo desse trabalho, nem é nosso objetivo. Quando falarmos de escuta de álbuns aqui, estaremos nos referindo a essas sugestões de modos de escuta acionados pelas convenções simbólico-materiais do álbum e referendados principalmente nas falas de artistas e de críticos.

O segundo capítulo incorpora à discussão, pelo viés da cibercultura e da materialidade, os problemas que a tecnologia digital trouxe para o formato álbum e o que entendemos como estratégias de persistência. Elegemos dois suportes como representativos o suficiente para dar conta do debate: o CD e o MP3.

O *Compact Disc*, lançado comercialmente em 1982, foi rapidamente celebrado pela publicidade por conta da clareza do áudio digital, da maior capacidade de armazenamento e de sua portabilidade tornando-se já no início dos anos 1990 o suporte mais vendido.

Entretanto, seguindo o caminho trilhado por Straw (2009), entendemos que as características mais ressaltadas do CD são justamente aquelas que problematizam a configuração do álbum. Em primeiro lugar, as faixas de um CD podem ser armazenadas em outros lugares além do próprio suporte, como um computador. Nesse sentido, as músicas não dependem do CD para serem executadas e elementos como a capa, a embalagem e textos complementares podem ser mais facilmente descartados no processo de escuta. Chama atenção também o fato de o suporte poder ser levado para uma série de outros “tocadores”, como o rádio do carro e o *discman*, viabilizando uma escuta em movimento, supostamente mais distraída, ao contrário daquela idealizada nos discursos sobre a escuta em LPs. Por fim, outros métodos de arquivamento como o uso de caixas genéricas com capacidade para reunir dezenas de CDs também distanciariam o suporte dos paratextos que presentificam o álbum. Essas são algumas das questões que nos ajudarão a mapear a reconfiguração das convenções simbólico-materiais do álbum ao discutirmos os protocolos de escuta e a configuração dos paratextos possibilitados pelo CD em estratégias de persistência do formato.

Assim como na discussão sobre o CD, ao trabalharmos o MP3 não interessa-nos tanto discorrer sobre minúcias técnicas. Ao contrário, nosso objetivo é o de levantar questões sobre a relação – por vezes, conflituosa; por vezes, complementar – entre o formato álbum e o MP3. CDs e discos de vinil são entendidos como um produto vendido em pacote. Ou seja, por mais que somente uma música seja de interesse, o ouvinte precisa adquirir o produto integral. MP3s, ao contrário, podem servir a desejos mais imediatos, específicos e recortados. No computador ou nos tocadores de MP3, a fisicalidade do álbum enquanto um objeto distinto, no qual capa, textos e imagens fazem parte da experiência ideal de escuta, parece ser rebaixada em prol de uma escuta mais dinâmica, personalizada e em movimento. Entretanto há uma série de casos e práticas que apontam para a persistência do álbum no contexto da música digital. A *tag* ID3, por exemplo, cuja primeira versão foi criada em 1996, dá ao usuário a possibilidade de “fazer anotações” dentro do próprio arquivo. Através dela, pode-se inserir o nome do artista, o nome da música, a posição dela no álbum, os compositores, o gênero a qual ela pertence, a imagem da capa, entre outros. Novamente, cabe lembrar que não estamos interessados em explorar tecnicamente esse dispositivo, mas observar como ele retoma aspectos organizacionais do álbum, relacionados às convenções simbólico-materiais do formato. Em outras palavras, podemos perguntar: como essa rotulação cria protocolos de escuta específicos para o álbum em MP3? Como são dispostos os paratextos nesse suporte? Além disso, vamos também problematizar a ideia de “coleção musical” no âmbito da

cibercultura e trazer casos de artistas que lançaram seus álbuns se apropriando de certas facilidades e possibilidades criativas da cultura digital.

Na segunda parte, o terceiro capítulo traz como estudo de caso o álbum *Song Reader*, lançado pelo cantor e compositor norte-americano Beck, em 2012. *Song Reader* é um livro de partituras – um *songbook* –, com vinte peças inéditas, compostas principalmente para violão, piano e ukulele, das quais dezoito possuem letras e duas são instrumentais. Publicado pela editora norte-americana McSweeney's, o projeto gráfico também foi pensado para dar coesão ao projeto, de forma que os artistas responsáveis pelas imagens, não só ilustram as músicas, como prestam uma homenagem honesta e bem-humorada à indústria de publicações musicais que floresceu da virada do século XVIII para o XIX. Além das ilustrações e da notação musical, *Song Reader* traz um prefácio, escrito pelo próprio Beck, e uma introdução, de autoria do jornalista Jody Rosen, colocando o produto em um lugar ambíguo entre livro e álbum de música. Por fim, o projeto destaca-se também por convocar usuários a compartilhar no site <http://songreader.net> seus próprios registros das músicas compostas, mas não gravadas – pelo menos, inicialmente –, por Beck.

O objetivo deste capítulo é usar o caso para discutir aspectos da cultura musical contemporânea à luz de um objeto que, à primeira vista, parece saído de uma máquina do tempo. Pergunta-se: como a materialidade do suporte usado por Beck pode fornecer um entendimento maior do papel cumprido por formatos culturais musicais, como o álbum, atualmente?

A discussão está estruturada em três partes. Na primeira, serão retomadas leituras sobre o princípio da indústria da música, ancorado em grande parte no comércio de partituras, pensando as tensões entre registros musicais escritos e gravados. Na seção seguinte, faremos uma análise do livro *Song Reader*, mostrando as relações entre o suporte e as músicas à luz das categorias mapeadas previamente. Por fim, por meio da noção “cultura participativa” (JENKINS, 2004, 2006, 2008), olharemos para o conteúdo disponibilizado no site do projeto. Entendemos que, nesse caso, ao mesmo tempo em que o álbum de partituras aponta para a cultura musical de séculos atrás, o projeto ganha complexidade ao dialogar com a cultura participativa online.

O quarto capítulo, por fim, traz a última análise. O objetivo é refletir sobre as convenções do álbum no caso dos álbuns configurados em aplicativos móveis. Em outra ocasião, afirmamos que esse formato trata-se de um

software desenvolvido para dispositivos móveis, que traz um álbum específico envolto em elementos complementares às músicas, invocando um “protocolo de escuta” direcionado pelos recursos interativos utilizados pelos desenvolvedores do app (POLIVANOV e WALTENBERG, 2015, p. 298).

*Biophilia*, oitavo álbum de estúdio de Björk, é descrito pela artista como um projeto multimídia, que engloba as músicas, shows, aplicativos, internet e instalações<sup>3</sup>. O conceito do álbum é a união entre natureza e tecnologia através da música. Composto parcialmente no iPad, *tablet* da Apple, as programações de cada faixa combinam um elemento da natureza com uma estrutura musicológica diferente. Como a própria Björk exemplifica em entrevista para o blog do Midem<sup>4</sup>: “DNA e ritmo, acordes e placas tectônicas, estrutura em música e cristais, raios e arpejos, e assim por diante”<sup>5</sup>.

O álbum, além de circular em suportes mais “tradicionais”, como o CD e o disco de vinil, foi também lançado inicialmente como um aplicativo para sistemas operacionais iOS, da Apple, instalados em dispositivos como iPods, iPhones e iPads. O aplicativo principal é frequentemente citado como um “aplicativo-mãe”, pois através dele, outros aplicativos podem ser acessados. Para cada uma das dez faixas do trabalho há um aplicativo diferente que dialoga com o tema da canção usando imagens, textos, animações e jogos.

O aplicativo *Biophilia* se distancia dos álbuns mais “tradicionais” em diversos aspectos. Por isso, interessa-nos encarar o desafio de pensar como o formato álbum é retomado no *app*. Se entendemos os álbuns a partir de suas convenções simbólico-materiais, destacaremos os *protocolos de escuta* e os *protocolos de usos dos paratextos* em *Biophilia* para fazer essas conexões.

Os dois casos foram selecionados por trazerem contribuições consideráveis à discussão. Ambos podem ser vistos como exemplos importantes de reorganização das convenções do álbum na cultura digital. Entretanto, trazem particularidades que, primeiramente, aparecem com contornos mais complexos ao serem analisados separadamente; em segundo lugar, dialogam com tendências mais amplas na cultura da música.

O *Song Reader* de Beck, especialmente o site, usa como fundamento preceitos da cultura participativa e da convergência, dando ao fã de música oportunidades para que ele

---

<sup>3</sup> “Björk unveils live residency”. **Dazed**. 2011. Disponível em: <<http://www.dazeddigital.com/music/article/10006/1/bjork-unveils-live-residency>> Último acesso: 28 set. 2011.

<sup>4</sup> O Midem (Marché international du disque et de l'édition musicale) é um evento que acontece anualmente na França, reunindo empresas ligadas à música. Mais informações: <http://www.midem.com/>.

<sup>5</sup> “Interview with Bjork: 'The industry was making too much money; not it's gone normal again' - **midem**.blog, 11 out. 2011. Disponível em: <http://blog.midem.com/2011/10/interview-with-bjork-the-industry-was-making-too-much-money-now-its-gone-normal-again/#.UGivHYX-trY>. Último acesso em: 28 set. 2011.

também atue como criador de música. Não se trata apenas de reconhecer o potencial criativo do público uma vez que ferramentas de comunicação na internet têm sido recorrentemente usadas como canais de expressão dos fãs, vide os vídeos de *covers* musicais publicados no YouTube por “desconhecidos”, vários com milhares de acessos. Em *Song Reader* a escuta do álbum acontece em paralelo à performance musical, já que em um primeiro momento Beck não havia lançado as gravações das músicas que compôs. E, para o fã que não toca nenhum instrumento musical, que não tem conhecimento técnico para cantar e que não lê partitura, a única oportunidade de ter acesso às músicas de *Song Reader* era através das execuções registradas por outras pessoas. Com o advento das novas tecnologias da informação e da comunicação, a indústria da música vêm fazendo sucessivas investidas em trazer o fã para o processo criativo – ainda que mantendo uma certa distância, afinal, a fronteira entre produtor e criador não pode ficar tão borrada assim. *Song Reader* é fruto dessa tendência e a potencializa dando ao público a oportunidade de criar suas próprias versões das músicas de Beck sem o referencial sonoro imediato do compositor.

O aplicativo *Biophilia*, por sua vez, insere o formato álbum no debate sobre tecnologias móveis. Com a popularização de *smartphones* e *tablets*, a indústria da música tem buscado formas de se inserir nesse mercado, que vem se firmando como uma fonte de lucro significativa frente à crescente desvalorização econômica dos suportes físicos. Para além da venda de música digital, aplicativos oferecem outras oportunidades de circular música, seja através de jogos musicais, simuladores de instrumentos e serviços de *streaming*<sup>6</sup>. O álbum configurado no suporte aplicativo é uma das subcategorias que apontam para a pluralidade de formas pelas quais a música existe no contexto *mobile*. *Biophilia* foi o primeiro álbum a ser lançado no formato aplicativo a levar o nome álbum-aplicativo [no inglês, *app album*]. Desde então, diversos outros músicos, vêm experimentando formas de levar suas produções a público por esse meio, ainda que nem sempre se use o nome álbum-aplicativo. O uruguaio Jorge Drexler, por exemplo, lançou o EP *N* também como um aplicativo para dispositivos móveis. Os últimos trabalhos da banda canadense Metric, *SYNTHETICA* e *Pagan Portal*, também foram distribuídos como um *software* para telefones celulares e *tablets*. Como veremos no capítulo que discute mais detidamente o caso de *Biophilia* este projeto é significativo não somente pela amplitude dos temas abordados nas canções, mas também por

---

<sup>6</sup> Serviços de *streaming* são programas que oferecem acesso e escuta a um catálogo de músicas pela Internet, sem necessidade de *download*, normalmente mediante pagamento de uma taxa mensal, ou ainda gratuitamente, seja estabelecendo um limite de consumo e/ou fazendo com que o usuário ouça anúncios. Podem ser utilizados em telefones celulares, *tablets*, navegadores, videogames, entre outros.

ter catalisado discussões importantes acerca da música no universo dos dispositivos móveis de comunicação e, principalmente, por propor uma ampliação do conceito de álbum musical.

Considerando que o motivo principal para a realização dessa pesquisa consiste em compreender as diversas formas de recuperação do álbum no âmbito da cultura digital, acreditamos que esses dois estudos de caso fornecerão dados importantes para entender modelos de distribuição, formas de apresentação do álbum e aspectos participativos na co-construção de formatos culturais. Apoiados sobre as categorias previamente mapeadas e por referenciais bibliográficos da cibercultura, das materialidades e dos estudos de som, esta tese procura olhar para um formato cultural tão usual quanto o álbum de forma complexa, trazendo novas questões e ampliando o debate no campo da comunicação.

## FAIXA 1

### Definições

Foi então que, de um dia para o outro, tudo mudou. Os singles ficaram menores, ganharam um buraco grande no centro e passaram a girar a 45 rotações por minuto. Os álbuns se tornaram leves, quase inquebráveis, tinham longa duração (*long playing*, de onde vem a sigla LP) e giravam a 33½ rotações por minuto. O som era muito melhor, os discos tinham 20 minutos de duração de cada lado e vinham protegidos por capas elegantes com fotos e informações na contracapa ou na parte interna que podíamos ler enquanto ouvíamos as músicas (DIMERY, 2007, p. 6).

Escrito por Michael Lydon, o trecho do prefácio da obra enciclopédica *1001 discos para ouvir antes de morrer*, localiza o surgimento de dois suportes: o disco LP de 33½ r.p.m. e o *single* de 45 r.p.m., respectivamente em 1948<sup>7</sup> e 1949. Como destacaremos adiante, a diferença entre esses dois novos suportes não reside apenas na velocidade de rotação. Além de possuírem tamanhos diferentes, o LP e o *single* atendiam a propósitos estéticos e comerciais quase opostos em um primeiro momento. Apesar de ambos serem, à primeira vista, apenas tecnologias de registro musical, novas questões surgem quando olhamos mais detidamente para as estratégias de mercado associadas a eles, para os valores atribuídos e para a fisicalidade desses objetos. Essas três perspectivas servirão como guias para construir uma definição do álbum, através da apresentação e mapeamento de categorias, as quais estarão articuladas ao termo guarda-chuva *convenções simbólico-materiais*.

Em um primeiro momento, interessa-nos descrever a chegada de alguns suportes musicais na primeira metade do século XX. Está no nosso foco, portanto, mapear interesses, problemas e questões trazidas por essas tecnologias em sua relação com a cultura fonográfica. O objetivo é localizar no tempo e no espaço a consolidação do álbum de música.

Adiante, trabalharemos as *convenções simbólico-materiais* como um recurso estratégico para destacar categorias que ajudarão a compreender o álbum enquanto um formato cultural. Como indicado na introdução, entendemos que álbuns de música são

---

<sup>7</sup> De acordo com Chanan (1995), o LP já havia sido introduzido pela RCA desde os anos de 1930, mas apenas com fins profissionais. Somente em 1948, através da Columbia, ele foi levado até o público consumidor. O autor ressalta o êxito na introdução do LP no mercado de música clássica: “Em um curto tempo, escreveu Alejo Carpentier em 1951, a ideia de trocar o disco a cada três ou quatro minutos, e continuamente sofrer as consequentes interrupções, tornou-se insuportável” (CHANAN, 1995, p. 93–94).

convenções no sentido trabalhado por Becker (2008, p. 42). Em *Art worlds*, o autor fala de convenções como aquilo que “fornece as bases onde participantes de um mundo da arte podem atuar juntos eficientemente para produzir trabalhos característicos desses mundos”. Por tratar de álbuns de música de uma forma geral, sem nos debruçar especificamente sobre uma obra, acreditamos que organizar a discussão em torno da ideia de “convenção” nos permite traçar paralelos entre um certo conjunto de objetos que, ainda que sejam diferentes quanto ao gênero, à nacionalidade, à época produzida e até mesmo quanto ao suporte de inscrição, possuem uma série de semelhanças que vão ordenar a fala da crítica, o discurso da publicidade, sugerir um certo modo de fruição e exigir dos músicos modos de fazer específicos na etapa de produção. Tais afinidades das *convenções simbólico-materiais* serão melhor percebidas através de três categorias, articuladas entre si: *protocolo de escuta do álbum*, *protocolo de escuta do suporte* e *protocolo de usos dos paratextos*. A segunda seção dará conta dos dois primeiros níveis. A ideia de paratexto, por apresentar maior complexidade, será trabalhada separadamente, na última seção. Essas categorias, apoiadas pela discussão anterior e por exemplos, trarão dados importantes para pensar o formato em suas dimensões materiais, tecnológicas e sonoras, olhares importantes para compreender o álbum de música enquanto um formato cultural.

### **1.1 O álbum enquanto um formato cultural**

O álbum de música como amplamente entendido hoje, só tornou-se algo viável por causa da articulação entre novas tecnologias no âmbito da produção sonora e práticas culturais empreendidas por produtores, artistas, compositores, executivos e ouvintes. Um dos caminhos para entender essa articulação está nos “efeitos fonográficos” (KATZ, 2004) das tecnologias de gravação. Em *Capturing sound: how technology has changed music*, Katz, sem desconsiderar aspectos de ordem cultural, detalha como uma série de desenvolvimentos tecnológicos desencadeou efeitos significativos na música, nas esferas de produção, circulação e consumo. Em seu trabalho, Katz aponta sete traços definidores das tecnologias de gravação sonora, alguns dos quais destacaremos sinteticamente a seguir.

Em primeiro lugar, o autor indica que as tecnologias de gravação permitem à música tornar-se algo tangível. Não mais somente ondas propagadas no ar, cilindros e discos trouxeram uma fisicalidade para a música. Outro traço, a “portabilidade” dos suportes físicos, carrega a possibilidade de se transportar mais facilmente a música de um lugar para o outro.

Essa característica, reflexo da anterior, traz impactos importantes, por exemplo, na propagação de estilos musicais que, não mais territorialmente fixados, podem ser difundidos em outras localidades, influenciando também compositores. A “temporalidade”, por sua vez, cria uma condição temporal para a música e aparelhos de reprodução sonora. Os discos de 78 r.p.m., por exemplo, possibilitavam apenas que cerca de quatro minutos fossem gravados em cada face. Caso a música se estendesse para além desse tempo, ela precisaria ser cortada e continuada no outro lado ou, até mesmo, em outros discos, como era comum na música clássica.

Ao mapear essas características, Katz nos fornece pistas para pensarmos como as tecnologias inventadas e utilizadas no campo do som definem certos usos que se materializam na própria música. Sejam os mencionados quatro minutos que demarcam o seu tempo de duração, seja na fisicalidade dos suportes fonográficos, que transformam a música em um objeto, passível de ser trocado, acumulado e colecionado. Claro que, vale lembrar, não se trata de uma supremacia da técnica sobre a cultura. Ao contrário, como o próprio autor lembra, é na apropriação e no uso da tecnologia pelos usuários que esses “efeitos” aparecem.

Outros autores, à sua maneira, tentam dar conta da relação entre desenvolvimentos tecnológicos e usos culturais. Frith (2001) responde à pergunta sobre a transformação da música em um objeto passível de ser comercializado, através dos termos armazenamento e recuperação (no original, *storage* e *retrieval*, respectivamente). A primeira “tecnologia” de armazenamento musical foi o próprio músico e seu instrumento, tocando música em troca de remuneração financeira. A imprensa trouxe novas possibilidades para o comércio de música através da editoração em massa de partituras. As tecnologias de gravação, por sua vez, permitiram que os sons fossem acessados por meio de cilindros e discos, trazendo para os lares dos consumidores os aparelhos que reproduzem essas tecnologias. Assim, “a música poderia ser feita em casa enquanto uma questão de consumo em vez de técnica” (FRITH, 2001, p. 31–32). Uma terceira “revolução”, para ficarmos com os termos do autor, seria a tecnologia digital, que trouxe mais rapidez e facilidade às práticas já empreendidas em modo analógico.

Attali (1985) usa um outro recorte para abordar a articulação entre tecnologias de gravação e usos culturais. Em linhas gerais, *Noise: the political economy of music* tenta perceber como disputas de poder na música prenunciam uma série de pensamentos que vão sustentar organizações políticas, afinal a “música é mais do que um objeto de estudo; é uma forma de perceber o mundo. Uma ferramenta de entendimento” (ATTALI, 1985, p. 4). O autor divide em quatro “redes” a economia política da música ocidental: sacrificial, de

representação, de repetição e de composição. Em um primeiro momento, a música estaria inscrita em um rede sacrificial porque circulava fora de um arranjo econômico, com uma sacralidade ritualística. A rede de representação vai trazer um complicador para a anterior, uma vez que insere o fazer musical em um sistema de valorização econômica, onde artistas trocam o seu trabalho por dinheiro, movimentando outros agentes, como editores e empreendedores, além de separar a composição da performance. Enquanto a representação aponta para um evento único no tempo e no espaço, a rede de repetição vai sinalizar a música produzida massivamente, onde “escutas potenciais são acumuladas” (ATTALI, 1985, p. 41). Por fim, a rede de composição aponta para a música que não é “representada” ou “acumulada”, mas feita “para participação em uma peça coletiva, em uma busca continuada pela comunicação imediata, nova, sem rituais e sempre instável. Ela [a música] se torna não-reproduzível, irreversível” (ATTALI, 1985, p. 141).

Por ora, interessa-nos pensar tecnologias e suportes sonoros tendo em vista a rede de repetição, entendendo que o disco faz parte de uma indústria que precisa criar também as condições de compra e a produção da demanda. Conforme o autor,

O amor pela música, um desejo crescentemente aprisionado no consumo de música para escuta, não consegue encontrar na performance o que a gravação fonográfica oferece: a possibilidade de guardar, de estocar em casa, e destruir a bel prazer. [...] [P]erformance transforma-se no *mostruário para a gravação fonográfica, um apoio para a promoção da repetição* (ATTALI, 1985, p. 84, ênfase no original)<sup>8</sup>.

A perspectiva de Attali, apesar de difícil de traduzir na nossa discussão, aponta para as transformações da música ao navegar por diferentes sistemas políticos e econômicos. Em um primeiro momento, a relação econômica está centrada no *performer*, cuja atuação e uso da música movimenta uma rede de agentes com interesses diversos. Então, quando a música passa a existir enquanto mercadoria, o arranjo econômico anterior sofre mudanças, uma vez que a música-objeto torna-se o centro da atenção. Por fim, o autor aponta para um quarto momento, onde a música passa a existir em uma outra rede, com suas próprias tecnologias, sustentando outros valores. A rede de “composição”, ligada ao instrumento, altera o vetor dos meios de produção da mercadoria para as ferramentas, “permitindo às pessoas criarem as condições de ter prazer no ato de compor” (ATTALI, 1985, p, 145). Assim, o autor está interessado em entender estratégias de valorização cultural e econômica, os usos

---

<sup>8</sup> Tradução do autor para: “The love of music, a desire increasingly trapped in the consumption of music for listening, cannot find in performance what the phonograph record provides: the possibility of saving, of stockpiling at home, and destroying at pleasure. [...] [P]erformance becomes the *showcase for the phonograph record, a support for the promotion of repetition*”.

empreendidos pelos diversos agentes envolvidos na música e as tecnologias que sustentam esse processo.

Os olhares de Katz, Frith e Atalli sobre tecnologias de gravação e usos culturais nos oferecem algumas pistas para pensar suportes de reprodução sonora, adotando um viés que dê conta tanto da técnica quando das apropriações e estratégias de valoração. Reconhecemos que discos e aparelhos reprodutores trazem bons problemas para pensar a música. Com isso, sem correr o risco de soar determinista, queremos dizer que esses artefatos ajudam a configurar certos usos. Ao mesmo tempo, são nos usos propagandeados pela indústria e adotados pelos consumidores que as práticas se solidificam. Para entender o nascimento do álbum musical que nos interessa, portanto, é preciso trabalhar a sempre difícil relação entre tecnologias sonoras e apropriações culturais.

Resolvendo a questão entre uma postura determinista e outra que abstrai os usos da tecnologia da prática efetiva, Williams (2004, p. 7, ênfase no original) adota uma perspectiva que parece produtiva aqui. Sobre a televisão enquanto tecnologia e formato cultural, diz o autor que:

[...] no caso particular da televisão pode ser possível salientar um tipo diferente de interpretação, o qual nos permitiria ver não somente sua história, mas também seus usos de uma forma mais radical. Tal interpretação seria diferente do determinismo tecnológico na medida em que ela restauraria *intenção* ao processo de pesquisa e desenvolvimento. A tecnologia seria vista, por assim dizer, como sendo buscada e desenvolvida com certos propósitos e práticas já em mente. Ao mesmo tempo a interpretação diferiria da tecnologia sintomática pois esses propósitos e práticas seriam vistos como *diretos*: como necessidades sociais conhecidas, propósitos e práticas para os quais a tecnologia não é marginal, mas central<sup>9</sup>.

A história da reprodução sonora tem como um dos pontos de partida o fim do século XIX, com a invenção do fonógrafo e do gramofone, respectivamente por Thomas Edison e Émile Berliner. Os discos usados no gramofone, ao contrário dos cilindros usados nos fonógrafos, podiam ser reproduzidos em série a partir de uma matriz, abrindo caminho para o nascente mercado fonográfico. Desde então, uma série de novas experiências e arranjos comerciais foram moldando as formas de se produzir discos e colocá-los em circulação. Nos anos 1920, Chanan (1995, p. 57–58) destaca a gravação elétrica como “não apenas um passo

---

<sup>9</sup> Tradução do autor para: “[...] in the particular case of television it may be possible to outline a different kind of interpretation, which would allow us to see not only its history but also its uses in a more radical way. Such an interpretation would differ from technological determinism in that it would restore *intention* to the process of research and development. The technology would be seen, that is to say, as being looked for and developed with certain purposes and practices already in mind. At the same time the interpretation would differ from symptomatic technology in that these purposes would be seen as *direct*: as known social needs, purposes and practices to which the technology is not marginal but central.”

importante em qualidade; ela impõe alterações tanto na prática de gravação, quanto na experiência de escuta, com implicações de longo alcance”. No estúdio, a gravação elétrica criou uma divisão entre o espaço ocupado pelos músicos e pelo engenheiro de som, agora localizado em uma sala de controle. Essa especialização de funções permitiu que novos agentes contribuíssem para a construção de músicas no estúdio.

Conforme aponta De Marchi (2005), entre uma gama variada de autores, no fim da década de 1940, novas tecnologias e suportes reconfiguraram as estruturas das indústrias envolvidas na produção de discos. O vinil é usado como nova matéria-prima e adota-se o microsulco, aumentando a frequência sonora registrada e diminuindo o tamanho dos entalhes nas faces dos discos. Surgem nesse período dois novos suportes para a reprodução sonora: o 45 r.p.m. e o LP. Sobre o 45 r.p.m., De Marchi afirma que o disco vinha sendo desenvolvido pela RCA para ser usado em um aparelho que unisse rádio, vitrola e televisão. Mesmo que tal aparelho nunca tenha saído do papel, a empresa lançou mesmo assim, em 1949, o disco de 7 polegadas, trazendo uma música de cada lado. Como o autor conta, o formato era questionado, uma vez que parecia ser um retrocesso em relação ao *Long Play* de 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m. lançado no ano anterior, pela Columbia.

Os dois suportes, para além de serem apostas diferentes de empresas concorrentes, contribuíram para que o relacionamento dos ouvintes com a música se tornasse mais complexo. Se Adorno & Horkheimer<sup>10</sup> (1985, p. 99), pensando a Indústria Cultural, defendiam que “a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança”, um olhar mais aprofundado às questões trazidas pelos discos de 45 e 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m. mostra que, desde a segunda metade do século XX, a música não apenas não pode ser considerada homogênea, como salienta distintas estratégias de legitimação e valoração cultural. Uma das formas de entender essa questão é através do recorte oferecido pelo álbum.

Conforme Shuker (1999, p. 17), “[u]m álbum é em geral uma reunião de gravações lançadas originalmente em um disco de 12 polegadas, de 33 rotações por minuto, e gravadas posteriormente em fita cassete e CD”. Até podemos usar essa definição como ponto de partida. De fato, a circunferência do LP é um dado relevante. Por ser maior que o single de 45

---

<sup>10</sup> No clássico ensaio do final dos anos 1940 *A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas*, os autores fazem uma severa crítica à massificação da cultura e a um certo cinismo das indústrias culturais que, servindo ao modo de produção capitalista, transformam as artes em negócios. De forma provocativa, Middleton (1999-2000, p. 90-91) aponta a “ironia profunda” que percorre a teoria de Adorno: “ele certamente não estava errado em identificar tendências nas operações do que ele chamou de ‘indústrias culturais’ cuja ambição era empurrar estruturas musicais e formas de escuta em canais padronizados. E ele estava bastante ciente de que os processos históricos responsáveis por essas tendências – a saber, a Dialética do Esclarecimento, como ele chamou, com seu triunfo da razão instrumental – na verdade criou a categoria do ‘popular’ por exclusão do campo da ‘arte’”.

r.p.m., sua “capacidade de armazenamento” (DE MARCHI, 2005) permitia que mais músicas fossem registradas em cada face. Enquanto o disco lançado pela RCA trazia uma música de cada lado, o disco de 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m. vinha com mais faixas, permitindo que mais músicas fossem postas em circulação de uma vez só. No entanto, o álbum de música enquanto um formato cultural precisa de uma definição mais complexa, que dê conta de outros aspectos além do tamanho do disco.

Na década de 1950, no contexto norte-americano, álbuns e singles estavam organizados em dois sistemas distintos de exploração comercial (KEIGHTLEY, 2004). Enquanto as músicas voltadas para o público adolescente circulavam nos discos de 45 r.p.m. que, por sua vez, eram direcionados para o rádio e jukeboxes, os álbuns, voltados para o público adulto, ganhavam propaganda impressa e exposição em lojas. Segundo Keightley, uma outra estratégia adotada pela indústria era a estratificação de seu público, sendo os dois grupos preponderantes adolescentes e adultos. O *single*, mais barato, de intensa exploração comercial, mas por curto período, estava alinhado com o gosto do público adolescente. Em termos de repertório, isso quer dizer que, nos anos 1950, a música que circulava majoritariamente em *singles* era o rock'n'roll. O tipo de música que circulava no LP, voltado para o público adulto, era de certa forma oposto à energia e à sonoridade do rock'n'roll, como a música clássica, o jazz e musicais da Broadway. Como o autor lembra, esse tipo de recorte localiza a música adolescente e adulta em termos de baixa e alta cultura, uma vez que a música registrada no LP era aquela já vista como “séria” ou com propósitos artísticos bem delineados. Destaca-se também o fato de o disco de 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m. ser mais caro que o *single*. Conforme o autor, o LP, através do formato álbum, aponta para estratégias de valorização cultural e econômica.

Para entender como o LP estabeleceu-se como uma força econômica fundamental, Keightley aponta aspectos da “estabilidade” do LP e da “lógica temporal” do catálogo. No que diz respeito à estabilidade, o autor ressalta a possibilidade da construção de catálogos de LP, cujo apelo pode ser contínuo. Afinal, enquanto o *hit* pressupõe ser consumido intensamente, mas por um período abreviado, logo abrindo caminho para o próximo sucesso, o interesse por álbuns pode ser conduzido mais lentamente. A construção de um catálogo de LPs também aponta para uma lógica temporal distinta da dos *singles*. Conforme o Keightley (2004, p. 383), o catálogo “contribui para a crescente sensação de legitimidade e distinção do pop adulto na década de 1950 em virtude de uma lógica temporal de vendas de velocidade lenta sobre um período estendido de tempo.” Dessa forma, as “instituições do *long-play*” –

LPs, catálogos e intérpretes com carreiras longas – foram fundamentais para o crescimento econômico da indústria de discos americana na década de 1950.

No contexto brasileiro, Dias (2008, p. 59–61) destaca uma série de fatores que contribuíram para a expansão da indústria fonográfica entre as décadas de 1960 e 1980. Dentre eles, a autora aponta o fortalecimento da produção e do mercado da música popular brasileira. Outro fator trata da consolidação do uso do LP, no início dos anos 1970, trazendo uma importante mudança no âmbito da produção ao tornar o artista mais relevante que o disco. Nas palavras da pesquisadora: “é o tempo de autor, quando são oferecidas condições para que alguns artistas desenvolvam um trabalho que não poderia ser feito em compacto, mesmo que duplo. O LP é o formato apropriado para uma postura estratégica diferenciada, adotada pela indústria fonográfica mundial”.

A noção de álbum que nos interessa aqui, portanto, é aquela que remete ao LP de 33½ r.p.m. Entretanto, ressaltamos que o empacotamento da música em álbuns já era praticada havia alguns anos. Sanjek (1988, p. 134) aponta *Bix Beiderbecke Memorial Album* como o primeiro álbum “contendo várias gravações de música popular por um artista ou grupo particular ou construído em torno de um tema central”. Lançado em 1936 pela RCA-Victor, o produto consistia em um pacote com seis discos de dez polegadas e um encarte de doze páginas. A proposta do álbum era prestar uma homenagem ao trompetista Leon Bismarck “Bix” Beiderbecke, falecido em 7 de agosto de 1931, aos 26 anos. Warren Scholl, que escreveu o encarte/ texto de apresentação do álbum<sup>11</sup>, fala de cada uma das 12 músicas, divididas nos 6 discos de 78 r.p.m. A proposta da Victor foi levar a público versões inéditas de algumas músicas, aproveitando outras *masters* – como Bix era um notável improvisador, dificilmente gravações suas de uma mesma música soariam iguais. Esse caso mostra que, ainda que LPs tenham uma capacidade de armazenamento maior, colocando mais músicas em um só disco, a ideia de um álbum musical já era sinalizada por outros suportes fonográficos.

Jones e Sorger (1999, p. 71) sugerem que o “empacotamento” de músicas sob nome álbum estabelece uma relação direta com álbuns de fotografia. Por causa da longa duração de peças de música clássica e a baixa capacidade de armazenamento dos discos de 78 r.p.m., as obras precisavam ser comercializadas em vários discos, arrumados em pesadas caixas de papelão: “[a] similaridade, em aparência e função, dessas caixas com os álbuns de foto, as levaram a ser conhecidas como álbuns”.

---

<sup>11</sup> O encarte está disponível no site <<http://www.normanfield.com/bixmemorialalbum.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2014.

Refletir sobre suportes fonográficos nos permite perceber com mais detalhes as estratégias de valorização econômica e de legitimação cultural na música, tanto nas práticas de escuta quanto na consolidação de um comércio em torno da música gravada. Nas palavras de Chanan (1995, p. 8), “economicamente, esta é uma história de repetida expansão, recessão e regeneração, e a transformação do negócio da música e seus mercados através do desenvolvimento de novas formas de consumo.” A “batalha das velocidades” (SANJEK, 1988, p. 234) entre os discos de 45 e 33½ r.p.m. é fundamental para perceber como diferentes suportes, mercadologicamente direcionados para públicos distintos, e registrando universos sonoros diferentes, contribuíram para a percepção de que a música gravada nos LPs, em álbuns, possuía um valor diferente daquela lançada somente em *singles*, voltado para rádios e apelando para um consumo rápido e intenso, porém, efêmero<sup>12</sup>. O caso do rock oferece mais detalhes para essa discussão.

Apesar de uma história construída discursivamente em torno das ideias de ruptura e confronto, Keightley (2001, 2004) conta que o rock se tornou uma força importante na indústria fonográfica norte-americana justamente por se apropriar de estratégias consolidadas por expoentes do pop “adulto”, sendo o LP, o suporte apropriado por dar corpo às tentativas de revalorização cultural e econômica do gênero. Toynbee (2000) também reconhece a força do álbum no surgimento da estética do rock, sendo o álbum uma “mercadoria chave” para o gênero.

Não se trata aqui de fazer uma longa divagação sobre o papel do rock na cultura musical, muito menos de supervalorizar um estilo específico em detrimento de outros. No entanto, o caso mostra como o álbum – necessariamente devendo ser entendido na sua dimensão cultural e material – teve um papel central na legitimação de um universo sonoro que não era “levado a sério” em um primeiro momento.

Ao pensar uma teoria dos formatos em seu estudo sobre o MP3, Sterne (2012, p. 11) enfatiza a necessidade de “focar nas coisas abaixo, além e atrás das caixas que comportam as nossas mídias, independente de estarmos falando de tocadores de MP3, projetores de filme, aparelhos de televisão, pacotes, telefones celulares ou computadores”. Para Sterne, o objetivo de uma “teoria do formato” é nos fornecer instrumentos para pensar sobre as mudanças das mídias, seus contextos de recepção, seus arranjos sensórios e políticas institucionais as quais estão relacionadas. Trazer à frente do debate sobre o álbum de música a noção de formato,

---

<sup>12</sup> Apesar da crescente valorização do LP em relação ao single, Frith (1981) destaca a importância deste segundo formato na promoção de álbuns, estratégia que se mantém ainda hoje.

portanto, nos possibilita pensar nos usos sugeridos pelos suportes, nas narrativas construídas sobre eles e na comunicação insinuada por seus paratextos.

Todos os formatos, para Sterne (2012, p. 5), pressupõem “formações particulares de infraestrutura com seus próprios códigos, protocolos, limites e *affordances*.” Sendo que, segundo o autor, a noção de formato “denota todo um amplo espectro de decisões que afetam a aparência, a sensação, a experiência e a operacionalidade de um meio.” Falar de álbuns considerando diferentes suportes, requer, necessariamente, considerar as diferenças entre eles. Discos de vinil, CDs e MP3 possuem complexidades materiais particulares e, portanto, configuram diferentes tipos de álbum. Isso quer dizer que o álbum, para além de uma definição genérica, precisa ser recortado empiricamente através do suporte analisado. A pergunta que guia essa reflexão é: um álbum em CD é o mesmo álbum em MP3 ou em disco de vinil?

Em linhas gerais, a noção de álbum que usaremos aqui é uma coleção de músicas de determinado *performer* – seja ele um artista solo ou uma banda – registrada em um suporte e intencionalmente amarradas por uma proposta estética, temática e/ ou sonora. Importante considerar também as características desses suportes. A definição de álbum quando temos em vista o disco de vinil é complementada pela embalagem, pela imagem de capa, pela contracapa, pela divisão em lado A e B etc. Quando consideramos o álbum em CD, vemos que o material usado na embalagem é outro. Na maioria dos casos, o papelão dá lugar às embalagens de plástico, as *jewel boxes*. A capa, não mais impressa na embalagem, faz parte do encarte. A divisão de lados é suprimida em prol de uma reprodução continuada, uma vez que não se troca o lado do CD. Por fim, é preciso também considerar a relação complementar e, por vezes, problemática entre esse suporte e as tecnologias da informação e da comunicação. A possibilidade de *ripar*<sup>13</sup> as músicas para o computador, reorganizá-las em listas de reprodução personalizadas, separando-as dos elementos materiais que constituem o álbum traz problemas para o formato. Por fim, o MP3 torna a discussão ainda mais complexa. O álbum é, usualmente, definido a partir de suas instâncias materiais: a embalagem, a capa, o encarte, o suporte etc. Circulando online e entre diversos aparelhos de reprodução – computador, celulares e demais tocadores de MP3 – torna-se necessário pensar em que medida faz sentido falar de álbum nesse cenário.

Feita essa explanação, a verdade é que o álbum é melhor definido e entendido com exemplos, aqui, analisados a partir de críticas musicais, depoimentos de artistas, além de

---

<sup>13</sup> “Ripar” é o ato de extrair faixas de um CD ou do conteúdo de um DVD para o HD do computador.

observação e escuta atentas. Por isso, as próximas seções do capítulo tratarão de investigar a definição de álbum a partir do que chamamos de *convenções simbólico-materiais*.

## 1.2 Protocolos de escuta

Terça à noite, eu reorganizo minha coleção de discos; faço isso com certa frequência em períodos de estresse emocional. Algumas pessoas poderiam achar que essa é uma maneira tediosa de passar a noite, mas eu não sou uma delas. Essa é a minha vida e é legal poder percorrê-la assim, mergulhar os braços nela, tocá-la. [...] Hoje à noite, porém, estou com vontade de fazer algo diferente, então eu tento me lembrar da ordem em que os discos foram comprados: assim, pretendo escrever minha própria autobiografia sem ter que pegar numa caneta, ou algo parecido (HORNBY, 2000, p. 43-44)<sup>14</sup>.

Rob Fleming, o personagem criado por Nick Hornby, é aficionado por música. No romance *Alta Fidelidade*, Rob é dono de uma loja de discos. Entre idas e vindas com as mulheres com as quais se relacionou, somos embalados, durante a leitura, pelas menções a artistas e músicas que marcaram a vida do personagem. De certa maneira, fica até difícil saber se o ponto principal do livro são os encontros amorosos ou a “trilha sonora”. Talvez tenha sido essa a intenção do escritor inglês: mostrar a força com que a música se entranha na existência de Rob – e nas vidas dos demais leitores-ouvintes que, de uma forma ou outra, se relacionam com o personagem. No trecho acima, por exemplo, Hornby mostra que a música serve a propósitos maiores do que somente “algo para se ouvir”. A música se mistura com a vida e uma coleção de discos pode também ser uma amostra biográfica do colecionador.

De acordo com Pearce (2003, p. 159) uma coleção é “mais do que a soma de suas partes” e possui diversas características tais como a “coleta não utilitária, uma relação interna ou intrínseca entre as coisas coletadas [...] e a visão subjetiva do dono”. Debruçando-se mais sobre o processo de colecionar do que a coleção em si Danet e Katriel (2003) formulam quatro “regras” que constituem a atividade de colecionar: a regra de reenquadramento, a de classificação, a processual e de discriminação. Em seu trabalho, os autores tratam a coleção como uma experiência estética e destrincham uma série de processos envolvidos na constituição de uma coleção. Um deles é a ideia de recontextualização: “tratar um objeto como colecionável é tirá-lo do seu contexto natural ou original e criar um novo contexto para ele, o do próprio espaço de vida do colecionador e a justaposição com outros itens na

---

<sup>14</sup> Tradução do autor para: “Tuesday night I reorganize my record collection; I often do this at periods of emotional stress. There are some people who would find this a pretty dull way to spend an evening, but I’m not one of them. This is my life, and it’s nice to be able to wade in it, immerse your arms in it, touch it. [...] Tonight though, I fancy something different, so I try to remember the order I bought them in: that way I hope to write my own autobiography, without having to do anything like pick up a pen”.

coleção” (DANET e KATRIEL, 2003, p. 226). Outra forma de trabalhar a ideia de coleção é entendendo-a como “extensões do *self*” (BELK, 2003, p. 321), uma vez que “a coleção é especialmente implicada no *self* estendido porque ela é frequentemente visível e inegavelmente representa os julgamentos e gosto do colecionador”.

Em *Paris, a capital do século XIX*, Benjamin (1985) fala do homem privado do período como um colecionador que adorna o interior de sua residência com objetos. Para o autor, “o interior da [sua] residência representa o universo”, onde:

o colecionador é o verdadeiro habitante desse interior. Assume o papel de transfigurador das coisas. Recai-lhe a tarefa de Sísifo de, pela sua posse, retirar das coisas o seu caráter de mercadorias. No lugar do valor de uso, empresta-lhe tão somente um valor afetivo. O colecionador sonha não só estar num mundo longínquo ou pretérito, mas também num mundo melhor, em que os homens estejam tão despojados daquilo que necessitam quanto no cotidiano, estando as coisas, contudo, liberadas da obrigação de serem úteis (BENJAMIN, 1985, p. 38).

No ano de 1937, Benjamin publica no *Zeitschrift für Sozialforschung* um instigante artigo sobre o escritor, colecionador e crítico cultural alemão Eduard Fuchs [1870 – 1940], acentuando não somente sua carreira como historiador, mas sua dedicação a colecionar obras de arte. A relevância da atividade de Fuchs estava justamente na escolha de seus objetos. Caricaturas e imagens pornográficas eram algumas peças cujos “temas marginais” (BENJAMIN, 2002) eram de seu interesse. Ao dar atenção para esses tópicos, Fuchs quebra completamente com a concepção clássica do que era considerado arte no período. E vai além. Benjamin conta que Fuchs tinha certa aversão aos museus, lugares de excelência para a exibição da arte.

Certamente, os museus de hoje em dia tendem a um certo modo de colecionar simplesmente por uma razão de espaço. Mas isto... não muda o fato de que, nos rendendo a essa tendência, ficamos com uma noção da cultura do passado bem fragmentária. Nós vemos o passado... em esplêndidas roupas de férias, e só raramente em seu surrado uniforme de trabalho (FUCHS in BENJAMIN, 2002).

Parte dos objetivos de vida de Fuchs era restaurar à obra de arte um caráter de algo existente na sociedade. O argumento é que ela fora excluída do ambiente mundano para ser encontrada somente no mercado da arte – “e lá, ‘reduzida a uma mercadoria’, afastada de seus criadores e daqueles que a poderiam compreender, era onde ela permanecia”. No decorrer do texto, Benjamin sugere alguns caminhos que podem ser úteis para pensarmos como o colecionador entende seu trabalho e como ele lida com seus objetos de fascínio. Por exemplo, quando o autor diz que o colecionador Eduard Fuchs possui “orgulho de si, de sua coleção, de

seu trabalho” e, em seguida, ao afirmar que “os grandes colecionadores se distinguem principalmente pela originalidade na escolha do objeto. [...] Como regra, colecionadores são guiados pelos objetos em si.”.

Ainda que as passagens acima não façam referência à cultura da música, nos dão pistas para pensar atribuição de valor na relação entre pessoas e objetos de fascínio tendo em vista o álbum musical. Chanan (1995, p. 17) sugere que o ato de colecionar música era uma função latente do nascente mercado fonográfico:

As técnicas de propaganda e marketing, que alimentam o fluxo de revistas para colecionadores de discos, transformam [a indústria] em um negócio de promoção, manipulação e “hype”, cujas funções não são somente a criação da demanda, mas também a do consumidor modelo<sup>15</sup>.

Seria o consumidor modelo o colecionador de discos? Em seguida, o autor cita – e reproduzimos abaixo – as “palavras ingênuas” de um colunista do *The Times*, celebrando o centenário do invento de Edison:

Existe algo intrinsecamente prazeroso em todo o processo de selecionar, comprar e tocar um disco. De fato, o dedicado entusiasta do hi-fi provavelmente tem tanto prazer ao vasculhar sua coleção, retirar o disco do envelope, limpar cuidadosamente os lados e ajustar os controles de seu hi-fi, quanto escutar música<sup>16</sup>.

Rothenbuhler e Peters (1997, p. 243) refletem sobre como os primeiros aparelhos de reprodução musical, como o fonógrafo, ajudaram a alterar a relação que temos com a música. Com o aparelho e o suporte, a música vai poder ser consumida como um bem, uma mercadoria, e não mais exclusivamente através de execuções ao vivo: “A música passou a ter vida própria e independente de compositores, músicos ou audiências. A música, em poucas palavras, tornou-se um objeto”. Um objeto, completamos, inserido em uma rede de atribuição de valor.

---

<sup>15</sup> Tradução do autor para: “The techniques of advertising and marketing, which feed the flow of magazines for record collectors, turn it into a business of promotion, manipulation and ‘hype’ whose function is not only the creation of demand but also of the model consumer”.

<sup>16</sup> Tradução do autor para: “There is something intrinsically pleasurable about the whole process of selecting, buying and playing a record. Indeed the dedicated hi-fi enthusiast probably derives as much pleasure from browsing through his collection, extracting the record from its sleeve, carefully cleaning the surfaces, and adjusting the controls of his hi-fi, as from listening to the music”.

Pensando o “retorno do vinil”<sup>17</sup> Bartmanski e Woodward (2013, p. 15) chamam atenção para as “narrativas simbólicas” associadas ao suporte. Segundo os autores, “se concordamos que há mais nos objetos do que seu status de mercadoria, então reconhecemos que seu valor é culturalmente construído e variável, relativo a portadores sociais específicos”. Yochim e Biddinger (2008, p. 183) identificam que os colecionadores de vinil contemporâneos, quando falam da estética, da utilidade e da superioridade dos discos – valores fundamentais para essas pessoas – “não estão somente romantizando o passado, mas sim, articulando uma relação abstrata entre tecnologia e humanidade ao fundamentá-la em qualidades mais concretas”. Quando o personagem de *Alta Fidelidade* cria uma “narrativa simbólica” usando seus LPs como tecnologias de contar histórias, os discos concretizariam sua dupla existência enquanto uma mercadoria tecnicamente reproduzida e um objeto revestido por uma espécie de aura<sup>18</sup>.

Outro ponto a destacar é que a escuta de discos de vinil é frequentemente tratada como um ritual. Em ocasião do lançamento de seu álbum denominado *Disco* (2013), o músico Arnaldo Antunes declarou: “Em uma época em que as pessoas podem consumir música de forma avulsa, o que justifica ter um disco, um grupo de canções lançado de tantos em tantos anos? Quis colocar essa questão desse apego ao conceito de disco, de colocar na vitrola, essa coisa ritualística”<sup>19</sup>. Tulipa Ruiz, cantora da nova geração da MPB, parece colocar o consumo de discos no mesmo patamar que Arnaldo Antunes. Quando comentou sobre o relançamento do álbum *Tudo Tanto* em vinil, a artista falou: “disco tem dessa coisa: é um objeto de arte<sup>20</sup> e um ritual<sup>21</sup>.”

---

<sup>17</sup> A expressão “retorno do vinil” indica certa popularidade que o suporte vem ganhando ultimamente. Claro que ele nunca deixou de ter sua importância em determinadas subculturas. No entanto, é notável o fato do disco de vinil ser o suporte de maior crescimento nos últimos anos, proporcionalmente falando. Mais informações em: <http://oglobo.globo.com/cultura/seguindo-tendencia-mundial-venda-de-discos-de-vinil-cresce-no-brasil-934415>. Acesso em: 29 mar. 2014.

<sup>18</sup> Bartmanski e Woodward (2013), apesar de usarem repetidamente o termo “aura”, fazem uma ressalva entre a sua aplicação e aquela trabalhada por Benjamim (1994). Para o teórico alemão, a aura de um objeto estava diretamente relacionada à sua singularidade. Assim, fotografias ou discos seriam objetos desprovidos de “potencial aurático”. Os autores problematizam essa concepção, entendendo que a noção de aura é não apenas muito rígida, como o entendimento de “cópia” não é suficientemente problematizado. Assim, propõem um uso menos normativo e mais analítico da noção de aura ao falar dos discos de vinil, substituindo, em primeiro lugar a “singularidade”, por outras categorias, como “raridade relativa”; em seguida, sugerem que perceber a aura como “relacional” e “multidimensional”, “e não como uma qualidade intrínseca, ajuda a pegar o status icônico de objetos ‘mecanicamente reproduzidos’ que Benjamim considerava improvável”.

<sup>19</sup> Bipolaridade artística. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, dez. 2013, p. 27.

<sup>20</sup> Quando Tulipa fala do disco enquanto um “objeto de arte”, cabe lembrarmos que o debate sobre atribuição de valor em termos de música com propostas artísticas e músicas “apenas” para vender pode ser visto sob vários ângulos. Nas décadas anteriores ao surgimento do rock’n’roll, nos Estados Unidos, o público já tensionava seus

A história do surgimento do LP de 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m. se mistura com a do álbum (BARTMANSKI e WOODWARD, 2013). Apesar desse ponto tangencial, o que se entende por álbum precisa ser ajustado dependendo do suporte que se tem em vista. Afinal, defendemos que um álbum em CD não é o mesmo que um álbum em vinil, nem em MP3. Aqui, fica um desafio: como separar as “narrativas simbólicas” e a “escuta ritualística” do álbum e do LP? Acreditamos que exista uma atribuição de valor direcionada ao vinil e outra ao álbum, mas que, no senso comum, na crítica e nas muitas discussões sobre música, acabam se misturando. Afinal, como argumentam Bartmanski e Woodward (2013, p. 6, ênfase no original),

ele [o vinil] é materialmente projetado para *a ideia* do álbum enquanto uma experiência de escuta, similar à leitura de um livro, dividido em partes e capítulos. O álbum LP foi pensado enquanto a materialização de uma narrativa sônica que chega ao público na forma de um objeto artístico<sup>22</sup>.

Nesse momento, propomos então pensar o álbum através das *convenções simbólico-materiais* associadas a ele. O termo está sendo empregado como um recurso estratégico para dar conta de um conjunto de elementos que são ativados quanto tentamos definir o álbum de música. Dessa forma, ele desdobra-se em três categorias interconectadas. A primeira, *protocolo de escuta do álbum* aponta para as proposições temáticas, sonoras e/ ou estéticas de uma determinada obra. O *protocolo de escuta do suporte* recorta os tipos de uso possíveis em determinado suporte e como o álbum é configurado nele. Por fim, o *protocolo de usos dos paratextos* usam a noção de paratexto para entender o papel da capa, do título, da lista de música, dos textos de apresentação e das imagens no processo de presentificação do álbum.

Sobre a experiência de escuta no CD, Straw (2009) comenta como ela está diretamente relacionada àquela que tomou forma no LP. Os exemplos a seguir mostrarão como a forma de organização do disco de vinil é significativa para direcionar protocolos de escuta em outros suportes. Entretanto, é preciso ir além e pensar as especificidades dessas experiências. É nessa

---

gostos em diferentes concepções de música: por um lado, era uma forma séria de arte; por outro, apenas entretenimento visando o lucro. Disputas como essa fizeram com o que o “jazz”, termo genérico usado para designar qualquer forma de música popular nesse cenário, se transformasse em um tipo de música entendida como arte, à medida que buscava se afastar de uma audiência massiva (KEIGHTLEY, 2001). Uma outra abordagem vai entender que o conflito entre arte e comércio é inerente à própria indústria, “onde ‘artistas’ encontram o ‘capitalismo’” (STRATON, 2004, p. 21-22).

<sup>21</sup> Acelerando para o passado. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, out. 2013, p. 34

<sup>22</sup> Tradução do autor para: “It is materially designed for *the idea* of the album as a listening experience, akin to Reading a book divided into parts and chapters. The LP album was thought of as materialising a sonic narrative that reaches the public in the form of an artistic object”.

direção que a categoria protocolo de escuta do suporte torna-se uma ferramenta interessante para perceber essas nuances.

Ao falar de álbuns em LPs, Straw (2012, p. 233–234) usa o termo “protocolo de escuta” para apontar a sensação de coerência<sup>23</sup> entre as faixas de um álbum, uma vez que “cada uma das performances em um LP sustentava e iluminava as outras, aclimatando tanto as particularidades de uma voz individual quanto as características mais amplas de um estilo musical nacional”<sup>24</sup>. Em outras palavras, pode-se dizer que o álbum estabelece um diálogo entre artistas e ouvintes, onde a música e as características do suporte se configuram como um tipo de mensagem a ser transmitida, absorvida, interpretada e sentida. Em *Always already new*, Gitelman (2006, p. 5) nos oferece também outra forma de pensar sobre os “protocolos” do álbum. Seguindo o argumento da autora, quando um novo instrumento científico é inventado, suas funções e fenômenos intencionados precisam ser demonstrados de forma bastante persuasiva. Com o passar do tempo e difusão de uso, os protocolos que servem de apoio – “normas sobre como e onde se usar, mas também padrões como unidades de medida” – a tais tecnologias são consolidados e “auto evidentes como resultado de processos sociais que tratam tanto da prática laboratorial quanto de publicações científicas”. Com isso, queremos dizer que para além de incorporar uma série de convenções, o álbum também dialoga com os protocolos das tecnologias de reprodução musical. Assim, entendemos que cada um desses suportes possuem um conjunto de “normas” que direcionam os usos feitos deles. Entretanto, ressaltamos que tais usos são negociados continuamente na arena cultural.

Trabalhando a relação entre artefatos e usuários, DeNora (2004, p. 34–41) destaca uma série de exemplos para mostrar que há uma dimensão política embutida em instrumentos técnicos. Com isso, ela quer dizer que a cultura material pré-estrutura relações sociais, ou seja: “o *design* de um objeto é orientado para cenários particulares de uso e usuários [...]”. Contudo, os artefatos não compelem os usuários a utilizá-los de uma certa maneira. Porém, ainda que os usos não sejam determinados, eles estão inseridos e são associados a padrões de

---

<sup>23</sup> Fazendo uma análise do álbum *London Calling*, da banda de punk The Clash, Gelbart (2011, p. 245) salienta a polissemia da palavra “coerência” nesse caso: “Uma implicação é narrativa ou dramática. Alguns críticos notaram uma história que se desenvolvia no álbum, ou pelo menos uma lógica na ordem das faixas, o que sugere que ele tinha aspectos do ‘álbum conceitual’ do gênero rock progressivo, tão antitético ao punk.” Outras ideias que apontam para a ideia de coerência em um álbum seriam, entre outros, consistência no tom, padrões rítmicos, conteúdo temático que se manifestam em diversos momentos de um álbum.

<sup>24</sup> No caso, o autor argumenta que o LP permitiu que, no contexto norte-americano, artistas tais como Edith Piaf extrapolassem a fronteira de seus países de origem para serem conhecidos internacionalmente. A reprodução estendida possibilitada pelo disco de 33½ r.p.m. possibilitava “superar o estranhamento de performers estrangeiros e de língua estrangeira, de forma que não era possível com o disco de 78 rpm” (STRAW, 2012, p. 233-234).

uso específicos. Recuperando a noção de *affordance*, a autora pontua que o significado – ou, a “força semiótica” para usar suas palavras – não é intrínseco aos objetos da cultura material. Mas ao mesmo tempo, “materiais não são de forma alguma lugares semióticos vazios”. A ideia de *affordance* ganha força quando percebemos, ainda a partir de DeNora, que um determinado objeto vai facilitar – ou permitir – um conjunto específico de possibilidades de uso, o qual irá variar de objeto para objeto. Para a autora há um “processo reflexivo” onde “usuários configuram-se como agentes através das formas pelas quais eles se relacionam com objetos e configuram objetos através das formas que eles – enquanto agentes – se comportam em direção a estes objetos”. O noção de *affordance*, portanto, nos permite identificar usos dominantes consolidados culturalmente, sem excluir uma série de outras práticas. Um exemplo claro no caso da música são os DJs, mais associados à música eletrônica e ao hip hop, que utilizam a aparelhagem projetada para a reprodução sonora, com o objetivo de fazer música, através de uma série de técnicas que fazem do disco em si um instrumento musical (KATZ, 2004). Retomando, em poucas palavras, DeNora (2004) está interessada em perceber como mídias musicais e estruturas musicológicas permitem, proporcionam ou evocam certos usos e como os ouvintes entrevistados em sua pesquisa estabelecem essas conexões. E se, ao invés de focarmos nas “permissões” das estruturas e das mídias musicais, pensássemos nas *affordances* do suporte e do álbum? A proposta é entender que diferentes suportes configuram tipos distintos de álbuns, “permitindo” ou “proporcionando” protocolos de escuta específicos.

Falar sobre *affordances* de suportes tecnológicos requer, necessariamente, falar do objeto, da coisa em si. Uma vez que o álbum é concretizado através de suportes tangíveis de reprodução sonora, a dimensão material do formato e de sua existência como mercadoria cultural (MIÈGE, 1979), são fundamentais para nosso completo entendimento dele. Assim, reflexões acerca da ideia de cultura material fornecem parâmetros importantes para pensar esse aspecto do álbum de música. Tilley (2003, p. 70), aponta que a

cultura material é um meio comunicativo e de enquadramento envolvido em prática social. Ela pode ser usada para transformar, armazenar ou preservar informação social. Ela também forma um meio simbólico para a prática social, agindo dialeticamente em relação a essa prática. Ela pode ser considerada como um tipo de texto, uma forma silenciosa de escrita e discurso; bem literalmente, um canal de expressão reificada e objetificada<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> Tradução do autor para: “Material culture is a framing and communicative médium involved in social practice. It can be used for transforming, storing or preserving social information. It also forms a symbolic médium for social practice, acting dialectically in relation to that practice. It can be regarded as a kind of text, a silente form of writing and discourse; quite literally, a channel of reified and objectified expression”.

Inserindo o álbum nessa perspectiva, vale recuperar a noção de artefato cultural como trabalhada por Sterne (2011) em relação ao MP3. Analisar o álbum de música sob o prisma da cultura material nos ajuda a percebê-lo não somente como um “meio comunicativo”, mas também como um objeto pelo qual perpassa relações e práticas sócio-culturais. McCracken (1986, p. 73) destaca que objetos “contribuem para a construção do mundo culturalmente constituído precisamente porque eles são um registro vital, tangível do significado cultural que é, de outra maneira, intangível”. Assim, para o autor, objetos são tanto reflexo como agentes da constituição cultural do mundo. Esse também parece ser o caminho percorrido pelo álbum de música, principalmente se temos em vista suas convenções. Podemos dizer, portanto, que álbuns são tanto reflexo de uma série de convenções, como também ajudam a fortalecer tais convenções. E mais, cumprem um papel fundamental no nosso entendimento sobre a cultura material da música.

Especificamente no caso da música, Straw (2000, online) faz uma instigante reflexão sobre a obsolescência e o descarte de música em lugares que vendem discos de segunda mão, tais como sebos, vendas de garagem e feiras de produtos usados. O autor destaca o paradoxo da cultura material, uma vez que “os lugares nos quais mercadorias culturais não desejadas (discos velhos, livros etc.) acumulam são, em um nível, museus de falhas, mas ao colecionar falha em um lugar eles a dotam com uma monumentalidade e solidez histórica.” Em um certo sentido, as conclusões do autor se aproximam da perspectiva trabalhada por Kopytoff (2008, p. 89) em *A biografia cultural das coisas*, para quem

[...] a mesma coisa pode, ao mesmo tempo, ser vista por uma pessoa como uma mercadoria, e como uma outra coisa por outra pessoa. Essas mudanças e diferenças nas circunstâncias e nas possibilidades de uma coisa ser uma mercadoria revelam uma economia moral subjacente à economia objetiva das transações visíveis.

Em *Mercadorias e a política de valor*, Appadurai (2008, p. 15) mostra-se interessado em discutir as variadas circunstâncias de atribuição de valor aos objetos, entendendo que coisas “são a substância da ‘cultura material’”. Um dos pontos centrais do debate defende que não se trata de determinar ou não a qualidade de mercadoria de certos objetos, mas sim de perceber que as coisas possuem uma “vida social” e que, em alguns momentos, ela pode vir a ser uma mercadoria, dotada de valor de uso e de troca; em outros, essa qualidade é retirada dela. Em diversos momentos, parece-nos que o álbum de música também trilha um caminho semelhante. Afinal, além de ser um produto da indústria fonográfica, recorrentemente é

tratado como um fragmento da obra de um artista, cujos compromissos estéticos vão além do mercado fonográfico.

Discutir álbuns de música demanda uma abordagem que trace paralelos entre a música em um sentido mais subjetivo e a música em sua concretude tecnológica, material. Pensando a cultura material por um viés antropológico, Miller (2013, p. 107–109) não apenas ressalta a dificuldade de definir materialidade, mas aponta como essa tentativa seria de “pouco valor” nas Ciências Sociais: “o que podemos tentar, em vez disso, é ver o que as pessoas querem dizer na prática com essa ideia”. Em outra ocasião, Miller (2001, p. 6), reflete que não basta pensar a “generalidade da materialidade” através de teorias gerais que apontam para a “qualidade material de objetos, mercadorias, formas estéticas, entre outros”. Um olhar complementar deve ser empregado em direção “à especificidade de domínios materiais e a maneira que os próprios formatos são empregados para transformarem-se no tecido de mundos culturais”. Refletindo sobre “como as coisas fazem as pessoas” (MILLER, 2013), podemos tentar traduzir essa inquietação para os suportes fonográficos de forma a investigar as suas especificidades. Assim, sustentados pela noção de cultura material, perguntamos, como um determinado suporte faz um álbum?

O *protocolo de escuta do álbum*, como sugerido anteriormente, diz respeito a propostas de ordem estilística, relacionadas a escolhas temáticas, sonoras e estéticas, onde segundo Straw (2012), uma música ilumina a outra durante a escuta. De acordo com Frith (2004), o cantor Frank Sinatra fez um uso pioneiro do LP na década de 1950 no sentido de criar atmosferas sonoras no álbum. Esse tipo de sensibilidade é fundamental para estruturar não só a compreensão do formato como o discurso da crítica.

No caso do disco de vinil, o lado A e o lado B permitiram que artistas explorassem facetas diferentes de seu trabalho. No final dos anos 1970, David Bowie gravou o primeiro disco do que seria conhecida como a sua “trilogia de Berlim”. Apesar de ter gravado boa parte do álbum na França, o cantor foi morar com o amigo Iggy Pop na capital alemã e usou a cidade como inspiração para criar as músicas. *Low* (1977) é uma obra que chama a atenção na vasta discografia do artista, sendo considerada pelo próprio e por muitos fãs como o ponto alto da carreira. O trabalho, gravado durante 1975 e 1976, destoava tanto dos anteriores que a gravadora RCA não sabia o que fazer quando recebeu o disco pronto. E, para não perder uma janela de venda importante, lançou a coletânea *ChangesOneBowie*. No entanto, apesar do estranhamento, *Low* foi lançado sem alterações no ano seguinte (SPITZ, 2010). O lado A é definido pelo crítico Mark Bennett como “pop experimental clássico”. Sobre o lado B, o crítico escreve:

Se os fãs ficaram confusos com essa guinada, radical mesmo para os padrões de Bowie, só Deus sabe como encararam o segundo lado do disco: quatro obras ambiente, em parceria com Brian Eno. Essas peças experimentais – uma tradução instrumental, quase sempre brilhante, da desamparada visão de mundo de Bowie – deram o tom melancólico da era pós-punk, perceptível, em especial, no trabalho do Joy Division, conhecido originalmente como Warsaw, por conta da arrepiante faixa “Warsawa” (DIMERY, 2007, p. 380).

O segundo álbum da trilogia, *‘Heroes’*, também de 1977, já apresenta uma ligação mais direta com Berlim. Mark Bennett faz essa conexão através da faixa *Blackout* – o nome de uma casa noturna da cidade – e *Neuköln* – um dos bairros da capital alemã. O disco também traz a faixa-título antológica *Heroes*, uma das músicas mais importantes da carreira de Bowie. Retomando a parceria com Brian Eno, o disco também é sonoramente organizado em duas propostas distintas. Enquanto o lado A traz uma veia mais pop, o B é caracterizado por uma maioria de músicas instrumentais “ambiente”, como aquelas que fazem referências a Florian Schneider do Kraftwerk (*V-2 Schneider*) e ao filme *Eraserhead*, de David Lynch (*Moss Garden*). A única faixa com vocais no lado B, *Secret Life of Arabia*, encerrando *‘Heroes’*, já dava pistas dos caminhos sonoros que seriam perseguidos no trabalho seguinte (SPITZ, 2010).

*Lodger* (1979), fechando a trilogia, em um primeiro momento, não foi tão bem recebido pela crítica quanto os dois anteriores, nem obteve o mesmo sucesso comercial. E, assim como *Low*, também não foi gravado em Berlim, mas em Montreux, com finalização feita em Nova Iorque. Brian Eno também foi uma figura importante nesse álbum. Enquanto os dois anteriores se caracterizavam pela divisão entre faixas de levada mais “pop” e faixas mais experimentais – separação essa materialmente perceptível considerando os dois lados de um disco – *Lodger* é um pouco mais obscuro nesse sentido. Sem músicas instrumentais, aponta-se<sup>26</sup> que o álbum é vagamente dividido em dois temas: viagem (principalmente no lado A) e críticas à civilização ocidental (principalmente no lado B). Outras interpretações dão conta de que, no geral, *Lodger* “basicamente gira em torno do assunto da sanidade e insanidade, com um olhar sobre opressão política [...]” (PERONE, 2007, p. 71–75); chamam a atenção as músicas “African Night Flight”, onde o “sotaque [de Bowie] e [as] referências a várias cenas africanas nesse rap sugerem que ele está retratando o protótipo do Grande Caçador Branco (*sic*)”; “Move on” faz referências à África, ao Chipre, Rússia e Kyoto, no Japão; “Yassassin”, “leva o ouvinte [...] para a Turquia” e, apesar de “Red Sail” falar, aparentemente, sobre uma

---

<sup>26</sup> Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Lodger\\_\(album\)#Style\\_and\\_themes](http://en.wikipedia.org/wiki/Lodger_(album)#Style_and_themes)>. Acesso em: 29 mar. 2014.

viagem de navio, Perone lembra que “como a maior parte de *Lodger*, as letras são decididamente não-lineares e fornecem impressões desconectadas da viagem, em vez de uma descrição de um cronograma.” Segundo o autor, “DJ”, que abre o lado B, estaria encaixada nos “temas guarda-chuva de *Lodger*, como doença mental e controle político”, assim como a faixa seguinte, “Look Back in Anger”.

Esses três álbuns de David Bowie mostram como uma produção musical pode ser apresentada levando-se em conta as possibilidades de organização do suporte. Enquanto o *protocolo de escuta do álbum* dá conta dos temas explorados, das propostas estéticas e sonoras desse trabalhos, o *protocolo de escuta do suporte* disco de vinil permitiu que o artista dividisse essas obras em dois lados, explorando a fisicalidade do LP como um elemento fundamental para comunicar a sua obra.

Mesmo músicos de uma geração mais contemporânea dialogam com essa perspectiva de maneiras interessantes. A paulista Tulipa Ruiz tem assumido o posto de uma das vozes mais marcantes da recente música brasileira. Com dois álbuns lançados, a artista vem angariando elogios, estabelecendo parcerias com músicos de renome e fazendo sua marca no cenário fonográfico daqui. Falando sobre o relançamento de seu segundo álbum, *Tudo Tanto*, em vinil, Tulipa Ruiz contou à revista *Rolling Stone Brasil* que “foi interessante pensar em um lado mais solar e outro mais obscuro – são dois universos distintos, lado A e B<sup>27</sup>.” Isso mostra que, mesmo colocando as músicas de graça na internet e tendo um CD em circulação, ainda há um cuidado por parte da cantora de pensar a sua obra em relação ao suporte escolhido para registrá-la.

Outro caso interessante é o do pianista Vitor Araújo. O músico pernambucano, que ganhou certo destaque no final da última década com seus shows que incluíam versões para músicas de Radiohead, Villa-Lobos e Luiz Gonzaga, lançou em 2012 o álbum *A/B*. No release escrito por Tibério Azul, músico conterrâneo de Vitor, há uma quase explicação: “O disco é chamado apenas de ‘A/B’, um título que se limita a forma como ele está organizado, com Lado A e Lado B, e deixa livre o ouvinte para suas próprias imersões<sup>28</sup>.” A resenha publicada na *Rolling Stone Brasil* apresenta mais detalhes da obra: “O chamado lado A, lúgubre, é dedicado à solidão. Já as faixas do B são menos sombrias e têm diversas nuances, estimulando outros sentimentos<sup>29</sup>.” Esse dado fica mais claro ao nos depararmos com os

---

<sup>27</sup> Acelerando para o passado. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, out. 2013, p. 34

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://www.vitoraraujo.com.br/>>. Acesso em: 29 mar. 2014

<sup>29</sup> Vitor Araújo. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, out. 2013, p. 149

títulos das faixas. Enquanto as quatro primeiras são denominadas “Solidão Nº1”, “Solidão Nº2”, “Solidão Nº3” e “Solidão Nº4”, as restantes chamam-se “Baião”, “Jongo”, “Veloce” e “Pulp”, trazendo participações das bandas Macaco Bong, Rivotril e de Naná Vasconcelos. Por fim, chama a atenção o fato de que, no site do artista, o download do álbum está dividido em dois arquivos separados, representando mais explicitamente as diferenças propostas entre os simbólicos lados A e B de *A/B*. Tanto no caso de Tulipa Ruiz quanto no de Vítor Araújo, conseguimos perceber o *protocolo de escuta do álbum* e o *protocolo de escuta do suporte* como duas instâncias separadas, mas ao mesmo tempo conectadas, uma vez que uma ajuda a reforçar a outra.

Quando Lenine lançou *Chão*, em 2011, a resenha se pautou nessa ideia para explicar a obra para os leitores:

*Chão* é um jogo de montar, com dez pequenas peças complementares, como ligadas por um fio invisível. Da música-título, na abertura, a ‘Isso É Só o Começo’, a última, são pouco mais de 28 minutos. Depois de ouvir as faixas algumas vezes, a sensação é de que cada um desses minutos foi pensado de forma a chamar o próximo, fazendo com que *Chão* seja realmente um álbum, no sentido completo (e cada vez mais raro) da palavra: uma obra ordenada, circular, não apenas um punhado de singles reunidos em um mesmo CD<sup>30</sup>.

Uma fala parecida surge em matéria sobre o álbum de estreia de The Vaccines, *What did you expect from The Vaccines?*, também de 2011:

Para [Justin] Young [vocalista da banda], as músicas do Vaccines refletem algo objetivo e claro e que, por mais antiquado que possa parecer, formam um álbum no conceito clássico dessa definição. “Todas as músicas são sobre ser um cara jovem e ter um desejo meio indefinido, insegurança, ciúmes, amor não retribuído”, conta. “As faixas são unidas por esses sentimentos parecidos, expressam-se de forma semelhante”<sup>31</sup>.

A não ser pelo fato de ambos terem sido bem recomendados pela revista *Rolling Stone Brasil*, é certo dizer que, sonora e tematicamente, os álbuns de Lenine e de The Vaccines pouco tem a ver um com o outro. Entretanto, é significativo o fato de que ambos são considerados álbuns “no sentido completo [...] da palavra” ou “no conceito clássico dessa definição”. O que parece estar em jogo nessas colocações é a tentativa de legitimar um álbum a partir do cuidado que o artista tem em amarrar as faixas da obra através de uma proposta

---

<sup>30</sup> Lenine. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, out. 2011, p. 163-164

<sup>31</sup> Esperando a salvação do rock britânico. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, mar. 2011, p. 26

sonora ou temática. Explorando essa linha argumentativa, percebemos outros exemplos de comentários críticos que ressaltam a boa qualidade de um álbum levando-se em conta a proposta de unidade sonora ou temática.

*Lysandre*, primeiro disco solo de Christopher Owens, ex-vocalista do Girls, ganhou uma resenha entusiasmada da *Rolling Stone Brasil*, que destacava justamente a unidade sonora e temática do álbum:

A narrativa envolve seus tempos com o Girls, as gravações, shows em Nova Iorque e a Riviera Francesa (onde ele se apaixonou pela garota que dá nome ao álbum) até a melancolia da despedida. Os lamentos dividem espaço com a esperança, e as lembranças são conduzidas por sopros de flautas e sax, dedilhados e poucas distorções. São 11 faixas disseminadas em 28 minutos, tão curtas que mais se parecem vinhetas. Juntas, funcionam como uma única peça, em que as canções se interligam pela variação de um só tema, o “Lysandre Theme.”<sup>32</sup>

De fato, *Lysandre’s Theme*, de trinta e oito segundos, a primeira faixa do álbum, é recuperada repetidamente ao longo de *Lysandre*. Nem todos os álbuns funcionam assim. No entanto, é notável o fato de a crítica usar essa escolha estilística para recomendar positivamente o trabalho de Owens. Aqui, vemos mais claramente o que Straw pontua sobre o LP que, “ao reunir dez ou doze músicas de um único artista em forma de LP, o álbum permitiu que identidades do performer tivessem coerência através de um corpo significativo de performances vocais” (STRAW, 2012, p. 233–234).

Nesse sentido, a noção de “álbum conceitual” pode ser produtiva para nossa discussão. Logo de início, contudo, é preciso reconhecer que há um problema com esse termo. Afinal, todo álbum é um projeto intencional de artistas, produtores e gravadoras, um produto “fechado” e materializado na forma de um “pacote”, que integra músicas, imagens e textos. Logo, sempre há um “conceito”, seja ele mais frouxo ou mais rígido, em sua confecção. Por isso, perguntamos: qual a especificidade do álbum conceitual? Em sua tese sobre o álbum conceitual de rock, Montgomery (2002) ressalta a relativa escassez de reflexão acadêmica sobre o assunto. Poucos são os trabalhos que se debruçam sobre o objeto, sendo este apenas pontuado em discussões mais amplas. O pesquisador define o termo como “um estilo de apresentação ou formato aplicados na criação, marketing e distribuição de discos de vinil LP” (MONTGOMERY, 2002, p. 33). Stimeling (2011, p. 389) expande a discussão ao pontuar que “tanto no discurso acadêmico quanto no da crítica, o termo ‘álbum conceitual’ é usado para descrever discos LP ou, mais recentemente, discos compactos [CDs] que são marcados

---

<sup>32</sup> Christopher Owens. *Rolling Stone Brasil*. São Paulo, fev. 2013, p. 92

por uma unidade narrativa e uma estrutura musical de grande escala”. Shuker (1999, p. 17) trata de álbuns conceituais e óperas-rock como discos “unificados por um tema que pode ser instrumental, compositivo, narrativo ou lírico”. Para o autor, esse formato surgiu na década de 1960, quando o rock buscava sua legitimidade artística, daí o fato de alguns desses álbuns serem denominados “ópera-rock”. Jones (2008, p. 43-44) explica que “o termo ‘álbum conceitual’ foi primeiro aplicado a álbuns que eram um todo coerente; somente depois ele ganhou conotações negativas de excesso e (agora embaraçosas) pretensões artísticas.”.

O “todo coerente” não necessariamente aponta para ideia de uma narrativa com início, meio e fim, podendo se referir uma certa unidade sonora ou temática – o *protocolo de escuta do álbum*. A narrativa do álbum *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band*, por exemplo, tido como um dos exemplos paradigmáticos de álbum conceitual, é vista por Osborne (2012, p. 110) como algo “alcançado através do sequenciamento artístico de som e música, em vez de qualquer história lírica.” Para Waldrep (2004, p. 188), “começando pelo menos com o álbum *Sgt. Pepper’s*, dos Beatles, o álbum conceitual foi uma tentativa de misturar várias formas de arte para ir além de uma coleção de singles e B-sides.” Ciente de que todo álbum é, em certa medida, conceitual, uma vez que há uma intencionalidade na esfera da produção e no momento de concepção do álbum, a ideia aqui é mostrar que há um conjunto trabalhos musicais onde se destaca uma ênfase ou maior intencionalidade na criação do “pacote”, criando um “todo coerente” unindo música, história – em maior, ou menor grau – e imagem. Apresentamos a seguir alguns exemplos.

Em 6 de junho de 1972, David Bowie lançava no Reino Unido *The rise and fall of Ziggy Stardust and the Spiders From Mars*. Sobre a história do personagem Ziggy Stardust, Bowie conta<sup>33</sup> que:

A época é cinco anos restantes para o fim da Terra. Foi anunciado que o mundo acabará por falta de recursos naturais. Ziggy está em uma posição onde todos os garotos têm acesso a coisas que eles achavam que queriam. As pessoas mais velhas perderam toda a conexão com a realidade e os garotos estão sozinhos, prontos para saquear qualquer coisa. Ziggy tocava em uma banda de rock-and-roll, mas os garotos não querem mais rock-and-roll. Não há eletricidade para tocá-lo. O conselheiro de Ziggy fala para ele reunir notícias e cantá-las, porque não há mais novidades. Então, Ziggy faz isso e encontra notícias terríveis<sup>34</sup>.

---

<sup>33</sup> Entrevista de David Bowie para William Burroughs, publicada na revista *Rolling Stone*, em fevereiro de 1974. Tradução do autor. Disponível em: <<http://www.5years.com/bgmkgk.htm>>. Acesso em: 10 de julho de 2013.

<sup>34</sup> Tradução do autor para: “The time is five years to go before the end of the earth. It has been announced that the world will end because of lack of natural resources. Ziggy is in a position where all the kids have access to things that they thought they wanted. The older people have lost all touch with reality and the kids are left on their own to plunder anything. Ziggy was in a rock-and-roll band and the kids no longer want rock-and-roll.

Com quatro discos solo lançados previamente, este álbum catapultou a carreira do músico. Acompanhado da banda Spiders From Mars, David Bowie incorporou o roqueiro extra-terrestre Ziggy Stardust no disco e nos shows para cantar sobre o fim do mundo, problematizar a cultura pop e trazer mensagens de esperança.

De acordo com o biógrafo Marc Spitz (2010), o nome do personagem pode ser uma referência direta a Iggy Pop. Já o sobrenome remonta ao Legendary Stardust Cowboy, cantor americano de country. Outra teoria aponta que “Stardust” vem de uma canção de Hoagy Carmichael<sup>35</sup>. Contudo, quando se trata de Ziggy Stardust, há uma série de divergências quanto à origem de seu nome e às personalidades que serviram de inspiração para David Bowie criar o roqueiro do espaço.

*The rise and fall of Ziggy Stardust and the Spiders From Mars* conta a história de um alienígena que chega à Terra para fazer contato com seus habitantes. As onze faixas do álbum dão corpo a essa narrativa. “Five Years”, por exemplo, que dá início ao disco, fala do planeta em vias de extinção; “Starman” faz o anúncio da vinda do “homem do espaço” que trará a nossa salvação; fechando o álbum, “Rock’n’roll Suicide”, retrata o declínio de Ziggy Stardust e sua eventual queda<sup>36</sup>.

Ainda que a história contada no álbum não siga uma ordem linear e continue a ser alvo de debate, é fácil perceber que há um fio condutor amarrando as canções. Essa ligação manifesta-se não somente nas letras, mas também na capa do disco e no figurino usado pela banda nos shows, criando uma unidade entre os diversos elementos que compõem a história de Ziggy Stardust. Por se articular em torno de um tema que amarra as músicas, este álbum é categorizado como conceitual.

Em primeiro lugar, é preciso reconhecer que não há um consenso quanto à origem do formato. Enquanto um grupo de autores vê o surgimento do álbum conceitual nos anos 1960, outros entendem produções dos anos 1950 como marcadamente conceituais. Em segundo, ainda que o rock seja proeminente na discussão sobre álbum conceitual, o termo atravessa

---

There’s no electricity to play it. Ziggy’s adviser tells him to collect news and sing it, ‘cause there is no news. So Ziggy does this and there is terrible news”.

<sup>35</sup> Marc Spitz conta parte dessa história na biografia escrita sobre o artista. No site “The Ziggy Stardust Companion”, pode-se encontrar mais histórias sobre as origens de Ziggy. Disponível em: <<http://www.5years.com/>>. Acesso em 15 de julho de 2013.

<sup>36</sup> Fonte: FAQ do site “The Ziggy Stardust Companion”. Disponível em: <<http://www.5years.com/faq.htm>>. Acesso em: 15 de julho de 2013.

diversos gêneros musicais e é importante ter isso em vista. De nossa parte, entendemos que o álbum conceitual retoma e expande as estratégias de agregação de valor e de legitimação cultural que tiveram início no fim dos anos 1940, com as disputas entre o *single* de 45 e o LP de 33½ r.p.m., especialmente a ideia de que o LP cumpre um papel central no processo de legitimação do rock (MONTGOMERY, 2002). Além de uma crescente valorização econômica, desde os anos 1950, as gravadoras investiam no design, de forma a unificar o álbum com o conteúdo de forma atraente para o consumidor. Por conta disso, propomos entender o álbum conceitual também como mais uma estratégia de legitimação cultural no universo da música.

Frank Sinatra é tido como um dos primeiros músicos a gravar um álbum com um conceito amarrando as canções. Em *In The Wee Small Hours*, de 1955, o cantor entoa canções de Cole Porter, Duke Ellington e Hoagy Carmichael, entre outros, com arranjos de Nelson Riddle. Will Fulford-Jones escreve que:

*In The Wee Small Hours* foi lançado pouco depois de o romance entre Sinatra e Ava Gardner ter terminado, e esse rompimento talvez tenha tornado este o melhor álbum de todos os tempos sobre o tema da separação. O Sinatra do imaginário popular, aquele sujeito meio malandro, sempre com uma piada na ponta da língua, não aparece aqui – ele é um homem, apenas. Os vendedores de discos, que costumavam colocar Sinatra na prateleira de *easy listening* certamente nunca o tinham ouvido cantar as confissões de bêbado de “Can’t We Be Friends?”, e muito menos suplicar como em “What Is This Thing Called Love”, de Cole Porter. E “Mood Indigo”, de Duke Ellington, nunca havia soado tão melancólica (DIMERY, 2007, p. 23).

Refinando a discussão, Stimeling (2011), que localiza o surgimento dos álbuns conceituais no rock dos anos 1960, aponta que o formato seria um símbolo das aspirações artísticas e da retórica “anti-mercado” do rock. Em seu trabalho, o autor vai pensar o álbum conceitual na música *country*, analisando três discos de Willie Nelson: *Yesterday’s Wine*, de 1971; *Phases and Stages*, de 1974 e *Red Headed Stranger*, de 1975. Segundo o autor, o primeiro conta a história de um homem assistindo ao próprio funeral e revendo a sua vida. *Phases and Stages* fala sobre o tema da separação. Enquanto um lado do disco traz o discurso do homem, o outro representa o componente feminino do relacionamento. Como Stimeling (2011, p. 398) argumenta, “uma análise do álbum enquanto um objeto físico revela que Nelson explorou o fato do disco ter dois lados como um dispositivo de enredo e usou a embalagem que o acompanhava para destacar a narrativa”. O terceiro álbum, ao contrário dos outros, não traz uma história delineada, com personagens. Em vez disso, apresenta uma coleção de músicas escritas por compositores *country* de gerações anteriores a de Willie Nelson.

Para Shuker (1999), o álbum conceitual surgiu na década de 1960, quando o rock buscava sua legitimidade artística, daí o fato de alguns deles serem denominados como “ópera-rock”. Segundo o autor, *Tommy*, lançado pelo The Who em 1969, é geralmente aceito como o pioneiro do formato. Para Joel McIver, *Tommy*, “na aparência, trata-se da história de um garoto surdo, retardado e cego nascido numa família desequilibrada (ele é aterrorizado pelo primo e pelo tio), que se revela no fliperama e na música e se torna um ícone messiânico no melhor estilo do final dos anos [19]60.” (DIMERY, 2007, p. 164). A história de *Tommy* não ficou restrita aos discos, sendo levada também para os palcos de teatro e para a tela do cinema<sup>37</sup>.

De fato, é importante reconhecer – e problematizar – o fato do rock “passar na frente” de outros gêneros quando se fala sobre o álbum conceitual. Em uma lista de melhores álbuns conceituais compilada pelo site da revista *Rolling Stone*<sup>38</sup>, encontramos apenas discos de rock. *Tommy*, do The Who; *The Rise and Fall Of Ziggy Stardust and the Spiders From Mars*, de David Bowie; *American Idiot*, do Green Day; *Dark Side of the Moon*, do Pink Floyd e *Village Green Preservation Society*, do The Kinks, são algumas das obras presentes na lista. Na edição do programa *Top Top*<sup>39</sup>, da MTV, que foi ao ar em 5 de agosto de 2008, os VJs Léo Madeira e Marina Person apresentaram os “Top 10” discos conceituais. Novamente, todos os álbuns comentados eram de bandas e artistas roqueiros. A lista abarcava não só obras dos anos 1960 e 1970, como os álbuns do The Who, David Bowie e Pink Floyd, mas também trabalhos mais recentes, como os discos do Flaming Lips, My Chemical Romance, Green Day e The Smashing Pumpkins.

*Mellon Collie and the Infinite Sadness*, que ficou com a 5ª posição no *Top Top*, é um disco duplo lançado em 1995 pelo Smashing Pumpkins, banda americana liderada pelo vocalista e guitarrista Billy Corgan. O álbum é conceitual não por ter história linear, mas por causa de um tema que articula as 28 canções. Para Jim Derogatis, as músicas estão conectadas

---

<sup>37</sup> Fonte: Wikipedia. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Tommy\\_\(album\)#Other\\_incarnations](http://en.wikipedia.org/wiki/Tommy_(album)#Other_incarnations)>. Acesso em: 4 de agosto de 2013.

<sup>38</sup> “List of the day: best concept albums”. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/blogs/staff-blog/list-of-the-day-best-concept-albums-20060718>>. Acesso em: 4 de agosto de 2013.

<sup>39</sup> Top Top foi um programa da MTV Brasil, apresentado pelos VJs Marina Person e Léo Madeira. A cada programa, os apresentadores listavam “os 10 mais” de uma lista temática, começando pela 10ª posição e encerrando a transmissão com o 1º lugar. Os temas eram dos mais variados, como “mortes bizarras”, “clipes inovadores”, “coroas enxutas”, “não é gay”, “filhinhos de papai”, entre outros. Fonte: Wikipedia. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Top\\_Top\\_MTV](http://pt.wikipedia.org/wiki/Top_Top_MTV)>. Acesso em: 15 de agosto de 2013.

pela ideia “de tomar parte no dia de um adolescente típico, alienado”<sup>40</sup>. “Dividido em dois discos, intitulados respectivamente ‘Dawn to Dusk’ e ‘Twilight to Starlight’, o álbum cobre o amplo espectro das emoções humanas” (DIMERY, 2007, p. 756), analisa a crítica de Emily Kelly.

Com o verso “não quero ser um idiota americano”, Billy Joe Armstrong dá início ao álbum *American Idiot*, do Green Day, de 2004, centrado no personagem fictício Jesus of Suburbia. Em contraposição ao extenso trabalho do Smashing Pumpkins mencionado acima, *American Idiot* possui apenas nove faixas. No entanto, Green Day compensa ao “exagerar” na duração de algumas delas. Esse é o caso de “Jesus of Suburbia”. Com mais de nove minutos, a música é inclusive dividida em capítulos, como *City of the Damned*, *Dearly Beloved* e *Tales of Another Broken Home*. Para Bruno MacDonald, “poucos teriam apostado que o Green Day iria criar o grande sucesso do hard-rock no início do século 21” (DIMERY, 2007, p. 936). *American Idiot*, que ganhou um Grammy de “Best Rock Album” em 2005, deu origem também a um musical. *American Idiot – The Musical*, que estreou em 2009, adaptou o conceito do álbum para os palcos de teatro e trouxe outras músicas da banda para compor o repertório. Em 2010, a peça ganhou dois prêmios Tony e, no ano seguinte, um Grammy de “Best Musical Show Album”.

Assim como no caso acima, outros exemplos citados também parecem apontar para a conexão entre o álbum conceitual e a busca por legitimação cultural. No caso de Willie Nelson, o formato possibilitou que o cantor agradasse tanto ao público associado à música *country*, quanto à sua crescente “audiência contracultural” (STIMELING, 2011). Sobre *Mellon Collie and the Infinite Sadness*, o crítico Jim Derogati diz que “musicalmente, *Mellon Collie* solidifica a posição de Corgan como um dos mais ambiciosos compositores de sua geração – ninguém no estrato do rock alternativo havia tentado criar um álbum de tal duração, muito menos desse escopo, e que pode até se equiparar a *The Wall*”. *Ziggy Stardust and the Spiders From Mars* foi um divisor de águas na carreira de David Bowie e se consolidou como um dos álbuns mais importantes de sua discografia, sendo o personagem criado pelo músico revisitado recorrentemente por gerações seguintes.

Se apostamos que o álbum conceitual é uma estratégia de legitimação na cultura fonográfica, cabe perguntar: a quem interessa categorizar certo álbum como conceitual? Quem categoriza? A crítica, o próprio artista ou público? Em que momento é feita essa

---

<sup>40</sup> DEROGATI, Jim. “Album review: Mellon Collie and the Infinite Sadness”. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/albumreviews/mellon-collie-and-the-infinite-sadness-19951130>>. Acesso em: 4 de agosto de 2013.

categorização? Já na etapa de produção, na circulação ou seria um processo mais lento de valorização que seleciona certos álbuns como conceituais de forma a destacar sua importância em um conjunto mais amplo de produtos fonográficos? Ainda que não tenhamos respostas para essas perguntas, arriscamos a dizer que álbuns conceituais parecem dar um peso maior às *convenções simbólico-materiais* do álbum, principalmente a partir da ideia de uma história amarrando as canções como parte do protocolo de escuta.

Nos casos apresentados acima, há a menção a uma narrativa, que manifesta-se em graus diferentes. *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders From Mars*, *American Idiot* e *Tommy*, por exemplo, tentam sustentar uma ficção a partir das músicas. Para isso, os autores criam personagens e os inserem em enredos intrincados, que são revelados pouco a pouco, à medida que o álbum é executado. *Mellon Collie and the Infinite Sadness* e *In The Wee Small Hours*, por outro lado, não possuem uma história específica. Ao invés disso, ambos objetivam “criar um clima” e, com essa finalidade, tentam amarrar as canções em torno de um tema. Não queremos, com isso, dizer que todos os exemplos apresentados nessa pesquisa tratam-se de álbuns conceituais – ainda que, em alguns momentos, eles pareçam pertencer à categoria. Ao invés disso, apresentamos a noção de álbum conceitual por acreditar que ela ajuda a perceber com mais profundidade as categorias que formam as convenções do álbum.

Retomando, então, enquanto o *protocolo de escuta do álbum* aponta para aspectos de ordem temática, sonora e estética, o *protocolo de escuta do suporte* destaca características organizacionais dos diversos suportes que armazenam álbuns. Pensando no lugar ocupado pelo ouvinte nessa relação, parece-nos que há a suposição de um tipo de escuta ideal relacionado à boa estruturação desses protocolos. Em outras palavras, entendemos essa idealização como uma expectativa gerada por álbuns com protocolos de escuta mais claramente delineados<sup>41</sup>.

Em entrevista, John Fogerty, ex-membro do Creedence Clearwater Revival, disse certa vez: “Você vai à loja de discos, leva o vinil para casa, coloca para tocar e entra no mundo do artista que te empolga”<sup>42</sup>. No caso, o músico se referia aos shows de 2011, onde tocou na

---

<sup>41</sup> Aqui, vale nos remetermos à discussão de Janotti Jr (2005, online) sobre gêneros textuais e gêneros midiáticos. Dialogando com Umberto Eco, a proposta do autor é tratar o gênero como “uma espécie de estratégia textual, ou seja, o modo como o texto foi projetado para ser lido. Tratam-se, antes de mais nada, de instruções de leitura”. Apesar de guardar relações com a nossa discussão, não cabe aqui nos aprofundarmos nessas perspectivas, mas reconhecemos que a ideia de um leitor-modelo e de estratégias de configuração de práticas de leitura de produtos midiáticos já vem sendo trabalhadas em diversos campos.

<sup>42</sup> Fogerty já não rejeita volta do Creedence. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, nov. 2011, p. 20

íntegra<sup>43</sup> os álbuns *Green River* (1969) e *Cosmo's Factory* (1970). Em sua fala, percebemos que a ideia de imersão é um dos ideais almeçados na relação entre ouvintes e álbuns. E esse pensamento não é exclusivo de Fogerty.

O carioca Kassin, que vem atuando como músico e produtor desde os anos 1990, estabelecendo parcerias com artistas como Thalma de Freitas, Vanessa da Mata, Caetano Veloso, Jorge Mautner e Adriana Calcanhoto, lançou o primeiro álbum solo, *Sonhando Devagar*, em 2011. Na crítica, o jornalista escreve que: “Para entrar na onda, aliás, *Sonhando Devagar* oferece uns óculos 3D ao comprador. Da capa ao encarte, toda a arte deve ser apreciada com o artefato, o que revela a vontade do autor de trazer o ouvinte para o seu universo, não de afastá-lo”<sup>44</sup>. Aqui, aparece um novo dado: a possibilidade de imergir em um álbum, sustentada por suas qualidades materiais, como a capa e o encarte.

O que está em jogo aqui, recuperando Straw (2009, p. 86), é criar uma “forma particular de um evento ideal de escuta, onde um ouvinte se debruçaria lentamente pelo encarte que acompanha o CD enquanto um trabalho musical é desdobrado, cada um iluminando o outro dentro de uma interconexão necessária”. Ainda que Straw esteja se referindo ao CD, esse tipo ideal de escuta parece estar relacionado ao que se entende por álbum musical. O mesmo pode ser dito quando Yochim e Biddinger (2008, p. 192) falam do trabalho gráfico como um “elemento de interatividade” durante a escuta de discos de vinil: “o fato de ter algo para se olhar e, frequentemente, ler enquanto se escuta a música convida entusiastas a participar em uma escuta mais ativa”. Novamente, cabe destacar que essa escuta, além de possivelmente idealizada, não é exclusiva do disco de vinil. Outros suportes de reprodução musical trazem consigo complexidades estéticas, sonoras e organizacionais, que configuram outros tipos de álbum, com seus protocolos de escuta e estratégias de imersão específicos. Para dar continuidade à discussão, cabe entender como a noção de paratexto configura-se como um aparato conceitual importante para montar a terceira categoria das *convenções simbólico- materiais* do álbum: o *protocolo de usos dos paratextos*.

### 1.3 Protocolo de usos dos paratextos

Quando falamos de álbuns, as músicas, somente, são insuficientes para dar conta do formato. O álbum é constituído por músicas e por elementos não-musicais. Capas, encartes,

---

<sup>43</sup> Tem havido uma tendência revivalista onde artistas e bandas fazem shows temáticos centrados em um ou mais álbuns clássicos de suas carreiras.

<sup>44</sup> Kassin. *Rolling Stone Brasil*. São Paulo, set. 2011, p. 97

textos, imagens e o próprio *design* da embalagem contribuem para que determinado álbum seja, de fato, um álbum. Se fizermos um paralelo com a ideia de paratexto como proposta por Genette (2001), entendemos as músicas como o texto de um álbum, enquanto os outros elementos, igualmente importantes, constituem-se como paratextos.

Genette trabalha a ideia de paratexto a partir do livro. Dessa forma, identifica elementos como títulos, sumário, prefácio, tipografia, entre outros, como paratextos: “aquilo que permite a um texto transformar-se em um livro e ser oferecido como tal aos seus leitores e, mais genericamente, ao público” (GENETTE, 2001, p. 1). Para o autor, os paratextos expandem e envolvem o texto principal com o objetivo de *presentificá-lo*, ou seja, torná-lo presente “para garantir a presença do texto do mundo”.

Da forma como é construído, o conceito de paratexto permite uma série de desdobramentos que vão além do livro. O próprio autor reconhece isso ao considerar a possibilidade de várias manifestações dos paratextos. E, em termos de suas funções, “o paratexto, portanto, constitui um objeto altamente empírico e altamente diversificado que deve ser trazido em foco por indução, gênero a gênero e frequentemente espécie a espécie” (GENETTE, 2001, p. 13). Resumidamente, o paratexto será, em primeiro lugar, qualquer elemento que expande, envolve e presentifica o álbum musical. Consideraremos, então, o encarte, as imagens, o título, a capa, a ordem das faixas, textos presentes e outros elementos constitutivos. Em seguida, torna-se necessária uma análise caso a caso.

Uma breve história da “embalagem musical” ajuda a localizar a importância das capas dos álbuns (JONES e SORGER, 1999). Nos primeiros anos do século XX, era comum que discos fossem enviados e comercializados sem um invólucro protetor. A embalagem só veio na década de 1910, em dois tipos principais: uma capa de papel impressa com a marca do fabricante e aquela com um furo no meio, mostrando o selo do próprio disco. Outra forma de empacotar discos era através de caixas no caso de se usar mais de um disco de 78 r.p.m. para uma obra, como era comum no âmbito da música clássica, cujo tempo alongado de reprodução e a pequena capacidade de armazenamento obrigava a armazenagem em vários discos. Esses tipos de embalagem permaneceram como o padrão da indústria até os anos 1950, quando o LP trouxe novas possibilidades para a articulação entre embalagem, imagem e música.

A história do desenvolvimento das capas de disco e formas de empacotamento da música apresenta nuances complexas que não serão aprofundadas aqui. Por ora, interessa-nos ter em vista entender suas características e funções como uma instância comunicacional do álbum de música. Em outras palavras, pode-se perguntar: como a “capa personalizada”,

“aquela que aborda e remete ao conteúdo do específico daquele disco e não uma capa standard com informações gerais sobre a gravadora ou outros produtos” (LAUS, 1998, p. 102), contribui para a experiência estética do álbum, informando o ouvinte sobre as músicas e sobre as propostas do artista em dado trabalho?

Em seu estudo sobre as capas de álbuns dos Beatles, Inglis (2001, p. 83–84, ênfase no original) identifica quatro funções que esses elementos possuem. Primeiramente, capas servem para “garantir a *proteção* da gravação”. Capas também são “uma *propaganda* para as gravações [...] refletindo as convenções de outros formatos midiáticos”. Em terceiro lugar, as capas também servem para *acompanhar* a música. O autor chama a atenção para o fato de que elas “não são uma coisa supérflua a ser descartada durante o ato de escuta, mas um componente integral da escuta, que auxilia e expande a experiência musical”. Por fim, Inglis identifica as capas também como “uma *mercadoria* em si”. O objetivo aqui, então, é considerar essas quatro funções da capa quando a vemos como um paratexto do álbum: proteção, propaganda, acompanhamento e mercadoria/ um fim si mesmo.

A história da música gravada pode ganhar nuances interessantes quando pensamos as capas de álbuns. Desde o seu surgimento, a embalagem do LP foi usada como tela para que uma série de artistas realizassem conexões entre música e imagem, seja através de pinturas, desenhos ou fotografias. Algumas dessas imagens praticamente adquiriram um posto de patrimônio cultural, sendo reverenciadas, parodiadas e usadas como referência para outros músicos.

Chama a atenção também a associação entre artistas visuais e músicos na criação de capas de disco, trazendo uma “credibilidade artística”, especialmente no caso do rock dos anos 1960 (JONES e SORGER, 1999). O primeiro álbum do Velvet Underground, por exemplo, teve a capa produzida por Andy Warhol (FIG. 1). Outra capa concebida pelo artista é a de *Sticky Fingers* (FIG. 2) (1971), dos Rolling Stones. Destacamos também que, originalmente, ambas as embalagens possuíam elementos “interativos”. A banana na capa de *Velvet Underground & Nico* podia ser “descascada” e o zíper, em *Sticky Fingers*, aberto.

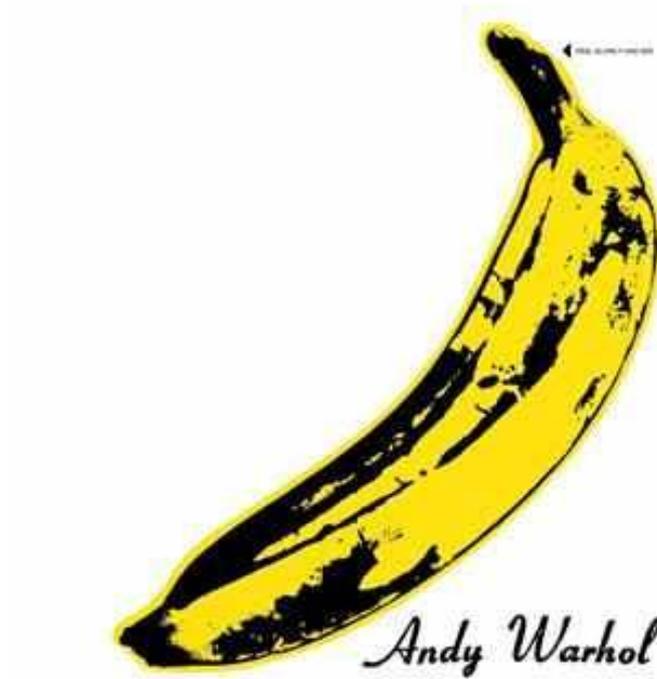


FIG. 1: Capa de *Velvet Underground & Nico*. Artista: The Velvet Underground. Ano: 1967

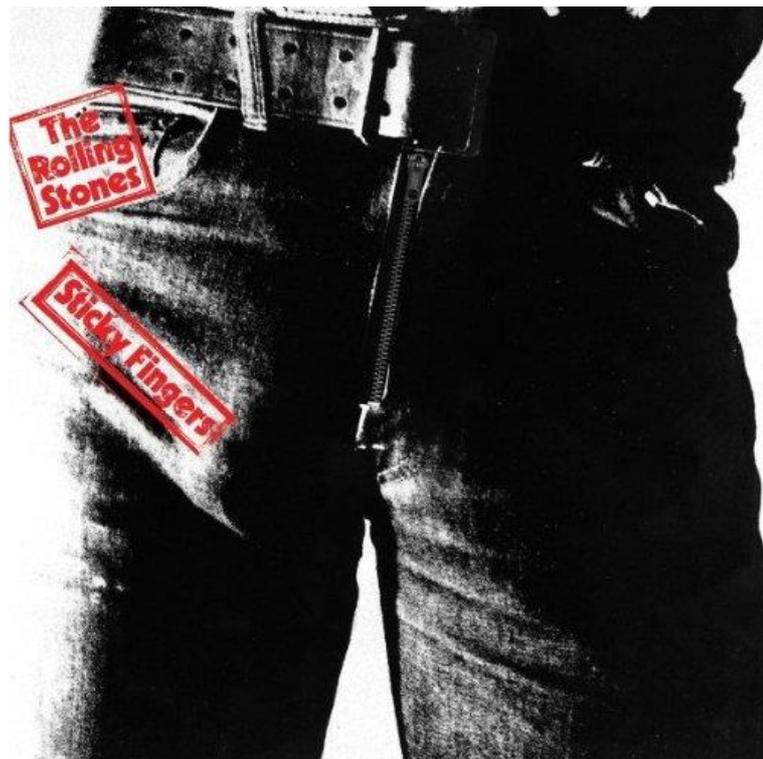


FIG. 2: Capa de *Sticky Fingers*. Artista: The Rolling Stones. Ano: 1971

Outra capa que é recorrentemente mencionada é a do álbum *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (FIG. 3) (1967), dos Beatles.

Envoltos por uma audiência de cerca de 60 dos amigos, heróis e mentores (incluindo os próprios Beatles de antes) do grupo, vestindo uniformes de estilo militar feitos de cetim de uma banda de sopros do norte [em inglês, *Northern brass band*], segurando instrumentos de sopro e metais no lugar de guitarras e posando atrás de um bumbo no qual o novo nome da banda é orgulhosamente exibido, os Beatles estão nos encorajando a reavaliar nossas suposições sobre quem eles são (INGLIS, 2001, p. 88).

Os Beatles, que já vinham ancorados em uma carreira bem-sucedida, abriram outros caminhos artísticos, principalmente no âmbito da pop art. Como conta o crítico Bruno MacDonald,

O certificado de *Sgt. Pepper...* como uma obra da pop art foi conferido pela capa mais famosa da história do disco. O designer Peter Blake imaginou primeiro uma caixa de presente, mas acabou optando por juntar na capa uma série de recortes de cartolina (alguns rostos famosos – Jesus, Hitler, Gandhi – não sobreviveram à montagem final) (DIMERY, 2007, p. 100).

Ainda sobre o importante álbum dos Beatles, Jones e Sorger (1999), contam que ele foi responsável por instituir uma série de tendências quando se trata de “embalagem” musical. Segundo os autores, *Sgt. Pepper's...* foi o primeiro álbum a trazer uma capa dupla e letras impressas. Isso se deve ao fato de a banda ter tomado a frente da produção da capa ao invés de deixar nas mãos do departamento de arte da EMI. Daí em diante, contam os autores, mais artistas passaram a ter controle sobre o design de seus produtos e a forma de apresentá-los.

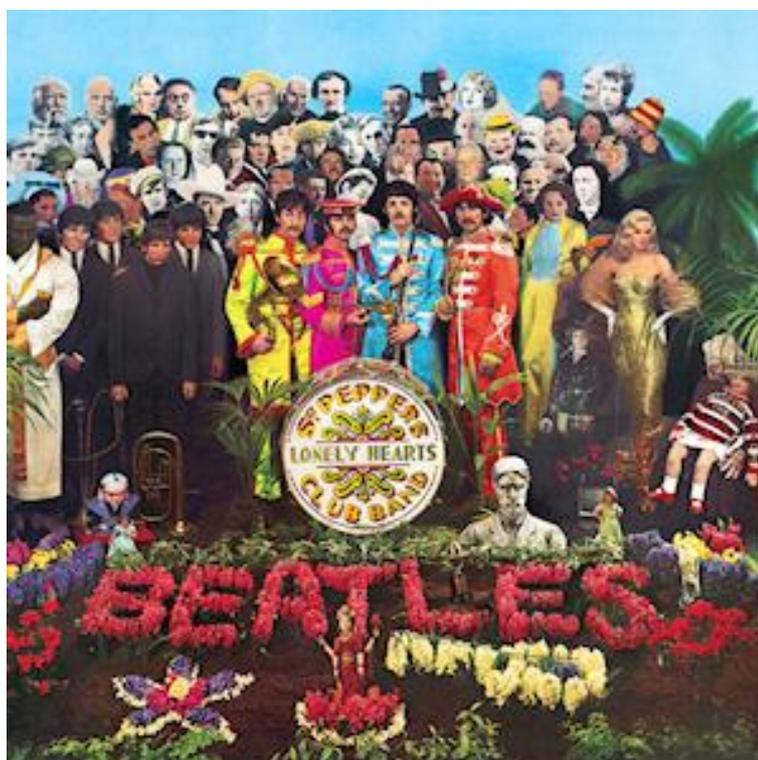


FIG. 3: Capa de *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*. Artista: The Beatles. Ano: 1967

No contexto brasileiro, nos deparamos também com alguns casos interessantes de uso criativo da capa de álbuns. Costa e Castro (2011) fizeram um estudo sobre os elementos “extra-musicais” nas capas de disco do músico K-Ximbinho, atuante principalmente nas décadas de 1950 e 1960. Um dos objetivos foi entender como algumas capas traduziam elementos do jazz como uma forma de legitimar a mistura empreendida pelo músico entre esse gênero e o choro. Entre os exemplos, citam a obra de 1956 *Ritmo e Melodias* (FIG. 4), de K-Ximbinho e seu Conjunto, cuja capa apresenta o violão e o contrabaixo acústico em destaque, “elementos que reforçam a ponte entre samba e jazz no disco e na música (COSTA e CASTRO, 2011, p. 128). Ainda de acordo com os autores,

Essa comunicação pelas capas nos mostra como os músicos daquela época pretendiam veicular as propostas para modernizar gênero e prática musical, além de estabelecer um vínculo comercial com o público consumidor por jogadas de *marketing* em que o jazz representava objeto de valor agregado ao samba e ao choro. (COSTA e CASTRO, 2011, p. 126)

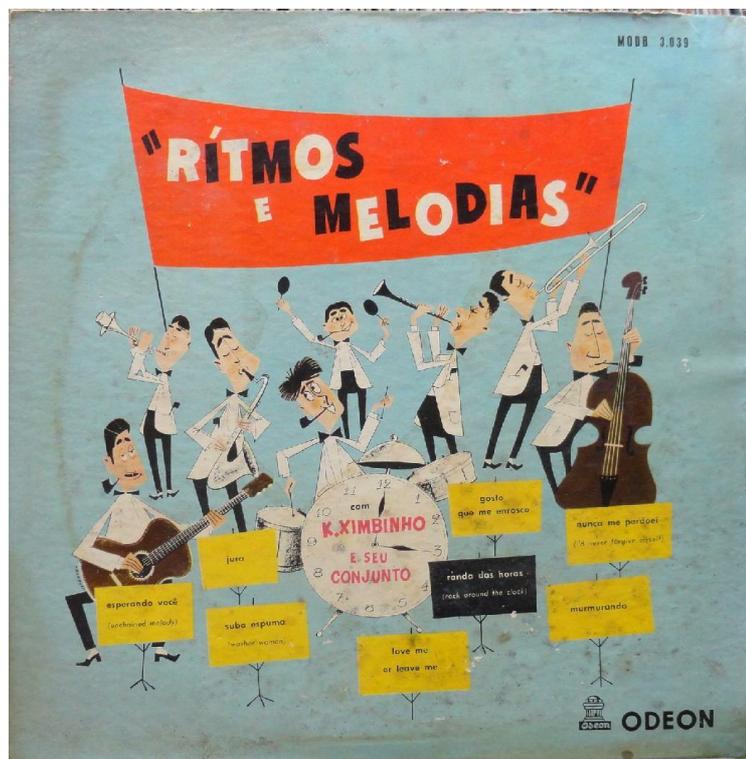


FIG. 4: Capa de *Ritmos e Melodias*. Artista: K-Ximbinho e seu Conjunto. Ano: 1956

Outro estudo focado nas capas de álbuns de artistas brasileiros é o de Herom Vargas (2013). O trabalho pensa as conexões entre as capas e os projetos estéticos de músicos como Caetano Veloso, Gal Costa, Tom Zé, Walter Franco e Secos & Molhados. Para o autor, “os álbuns desses músicos demonstram que as capas não se limitavam ao mero invólucro comercial. Mais que isso, traduziam significados vinculados aos seus projetos estéticos, ao contexto em que o disco se situava e às suas proposições políticas e culturais” (VARGAS, 2013, p. 23).

A ideia aqui é pensar a capa do álbum como um instrumento de comunicação, retomando o entendimento de Inglis (2001), sobre a capa ser também uma propaganda e um acompanhamento para a música. Capas envolvem a música simbolicamente, trazendo um referencial imagético para aquelas gravações. A capa de *Tropical/Bacanal* (2012) (FIG. 5), do Bonde do Rolê, por exemplo, se estabelece como um referencial imagético do álbum, além de tentar traduzir o espírito descontraído e sacana do grupo. O desenho de uma cena tropical, feito pelo argentino Federico Lamas, transforma-se em um bacanal quando visto por um filtro vermelho. Sobre o título, enquanto o “bacanal” aponta para a conotação sexual das letras – como os versos de Picolé: “Eu quero te comer de pé/ (Então me compra um picolé/ Eu vou chupar, eu vou chupar)/ Só palito vai sobrar” – a parte que cabe ao “tropical” se refere à incorporação de outras referências musicais. O Bonde do Rolê, que ganhou certa notoriedade

por volta de 2005 ao *samplear* músicas de rock na batida do funk carioca, nesse novo trabalho, usa sonoridades mais regionais em suas músicas. Como diz o próprio DJ Gorky, integrante do grupo: “Saímos do Rio e fomos para o Nordeste”<sup>45</sup>.



FIG. 5: Capa de *Tropical/Bacanal*. Artista: Bonde do Rolê. Ano: 2012

Também ajudando a presentificar o álbum, os textos do encarte ou da embalagem (*liner notes*) – para além das letras de música impressas – constituem-se como um importante tipo de paratexto. Fazendo um breve histórico, Biron (2011) aponta que, até os anos 1960, essas anotações, majoritariamente produzidas por compositores e críticos, eram proeminentes em discos de música clássica, jazz e gravações etnográficas, cumprindo uma função didática. Em um segundo momento, álbuns de outros estilos musicais passaram a contemplar os textos, que se adaptaram aos diferentes formatos<sup>46</sup>. Outro tipo de paratexto na presentificação do

<sup>45</sup> Menos funkeiro, ainda sacana. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, fev. 2012, p. 13

<sup>46</sup> Em sua pesquisa, o autor mapeia cinco “estilos” desse tipo de texto, ressaltando que eles “são dignos de serem considerados como parte da experiência estética total anexada à música” (BIRON, 2011). São eles: literário, tangencial – “compreendendo ensaios que tendem também a ter pretensões literárias ao mesmo tempo que divagam em direções não necessariamente sugeridas pela música contida dentro dele [o álbum]” –, expositivo – “que envolve discussões baseadas em como a música veio a se tornar o que é...” –, propagandista – onde “artistas usam o espaço disponível para apoiar visões políticas [...] que podem ou não também ser prevalentes na música que o acompanha” – e retrospectivo – que “permite a oportunidade para críticos reafirmarem ou reimaginarem o lugar de músicos e bandas no contexto de uma história musical mais ampla”.

álbum é o próprio título<sup>47</sup>, que ajuda a montar a fala de artistas e críticos. Em sua análise sobre os títulos de álbuns do antológico selo de jazz Blue Note, Carrard (2004, p. 151) nota que eles “possuem um papel central em todos os discursos que envolvem o jazz, de histórias às críticas de disco e às discussões entre membros de uma comunidade de jazz”<sup>48</sup>. Em um cenário musical mais recente, ao relacionar a sonoridade com o título do álbum *Angles* (2011), Albert Hammon Jr., guitarrista do Strokes, explica que “é como o disco soa. [...] Ele vem de cinco pessoas diferentes”<sup>49</sup>. Na reportagem, entendemos que os álbuns anteriores do Strokes eram majoritariamente compostos pelo vocalista Julian Casablancas, ainda que com sugestões dos outros músicos. Em *Angles*, os membros da banda se reuniram em diferentes combinações para escrever as canções. Nesse caso, o título cumpre duas funções importantes: ao mesmo tempo em que apresenta o modo de produção do álbum, estabelece um marco biográfico para a banda – antes os músicos criavam de uma certa maneira; com *Angles*, desenvolveram outra forma de criar as canções, distanciando-se do modo operante anterior.

Ed Motta, em 2013, lançou o álbum *AOR*, sigla que é usualmente traduzida como *album-oriented rock*. AOR é um formato utilizado por estações de rádio americanas, cujo foco da programação é tocar faixas de álbuns de artistas do rock. Ainda que esse formato perdure até hoje<sup>50</sup>, Berland (2004) destaca sua popularidade no final da década de 1980. No caso do trabalho de Ed Motta, *AOR* usa o título para amarrar a intenção sonora do álbum, que vai do pop-rock com um toque *vintage* a músicas de levada “funkeada”. Para a crítica, o artista intenciona “manter-se em um lapso temporal”<sup>51</sup>, destacando a boa qualidade do material gravado. É relevante ressaltar também a vinheta presente quase ao final de *AOR*,

---

<sup>47</sup> Recuperando Genette, Fiori e Laing (2003, p. 666) argumentam que títulos possuem três funções: identificar um trabalho, falar sobre seu conteúdo e destacar o valor da obra. Adiante, os autores categorizam títulos de álbum como “meta títulos”, uma vez que abarca uma os títulos das faixas individuais.

<sup>48</sup> No estudo mencionado, Carrard estabelece uma tipologia que envolve três formas de classificar os títulos dos álbuns analisados: os títulos denotativos, conotativos e de referência (no original, *indexical*). Enquanto o primeiro tipo “informa corretamente” o conteúdo do álbum, tal como o nome do artista, do grupo ou o gênero, o segundo “admite diversas conotações”, que podem dizer respeito, por exemplo, ao “clima” evocado pela música. O terceiro tipo, por sua vez, “não se referem à música de uma forma imediata”, podendo se apresentar como uma frase, uma referência à capa do disco, uma brincadeira com o nome do artista, entre outros. Apesar de bastante produtiva, não nos basearemos nessa tipologia para analisar os álbuns aqui apresentados, principalmente por se referir especificamente a um gênero musical – jazz – e a um período da gravadora Blue Note – 1939 a 1967.

<sup>49</sup> Fim das longas férias. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, fev. 2011, p. 15-16.

<sup>50</sup> Na Wikipédia há uma lista com os nomes de dezenas dessas estações e seu período de atividade. Disponível em: < [http://en.wikipedia.org/wiki/Album-oriented\\_rock#AOR\\_radio\\_stations](http://en.wikipedia.org/wiki/Album-oriented_rock#AOR_radio_stations)>. Acesso em: 29 mar. 2014

<sup>51</sup> Ed Motta. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, mai. 2013, p. 95.

“como se fosse uma chamada de alguma emissora de rádio setentista anunciando um programa de hits”.

Quando o Bon Jovi lançou *Slippery When Wet*, em 1986, a capa e o título do álbum foram fundamentais para inserir a banda em um certo nicho do hard rock, que visava agradar tanto o público masculino quanto o feminino mais adolescente. O título original, *Wanted Dead or Alive*, foi substituído pelo citado acima, menos sombrio e mais divertido. Para evitar a indignação de grupos mais conservadores, a mulher que estaria na capa (FIG. 6) deu lugar um saco de lixo (FIG. 7), onde se lê o nome do álbum. De fato, o terceiro álbum da banda de Nova Jersey obteve um êxito muito superior em comparação aos anteriores. *Singles* como *Wanted Dead or Alive*, *Livin' on a Prayer* e *You Give Love a Bad Name*, colocaram a banda no topo das paradas em diversos países e o álbum foi o mais vendido nos Estados Unidos em 1987<sup>52</sup>. Nesse caso, não cabe perguntar se as mudanças empreendidas no projeto original da capa tiveram, realmente, alguma relação com a aceitação da banda e a sua conquista comercial, mas compreender como a tomada de decisão foi guiada pela tentativa de criar um outro referencial imagético para o Bon Jovi, sendo a capa e o título vitrines de extrema relevância.

---

<sup>52</sup> Conexão com a garotada. **Rolling Stone Brasil**. Arquivo RS. São Paulo, abr. 2013, p. 86-89.

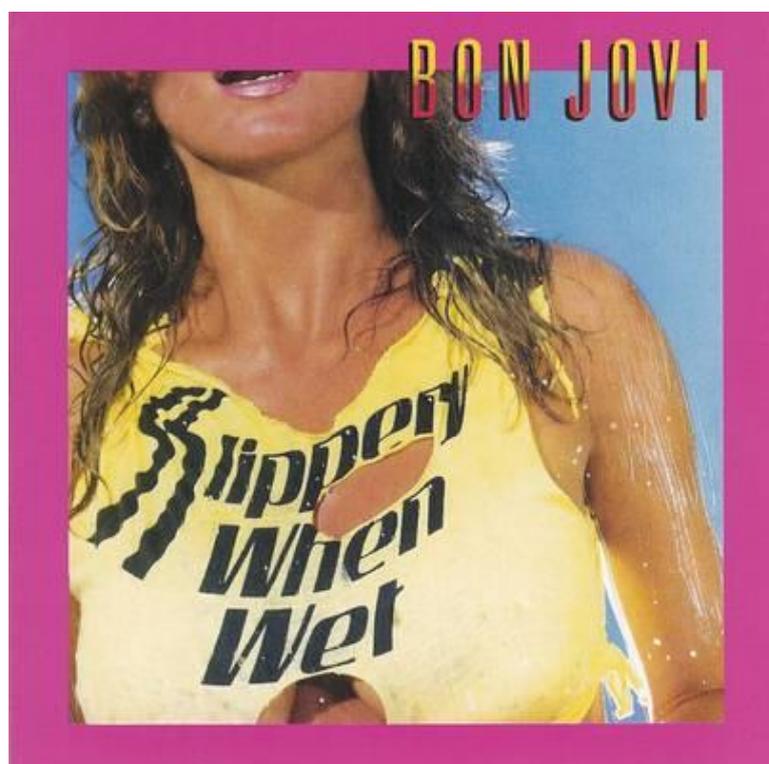


FIG. 6: Capa da edição japonesa de *Slippery When Wet*. Artista: Bon Jovi. Ano: 1986

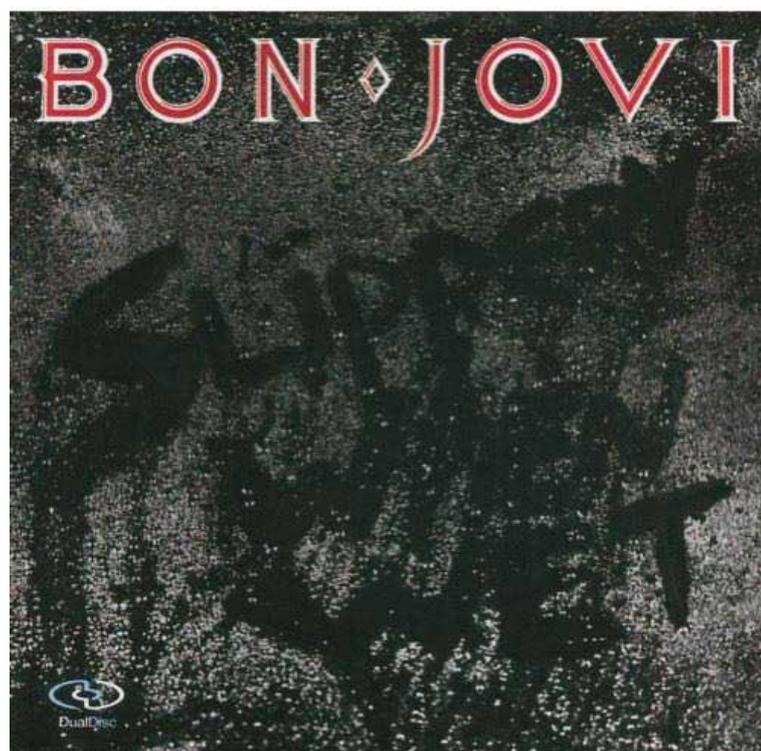


FIG. 7: Capa de *Slippery When Wet*. Artista: Bon Jovi. Ano: 1986

Rodrigo Amarante, da banda Los Hermanos, também usou os paratextos do formato de forma curiosa para pontuar suas ambições artísticas. No trabalho solo *Cavalo* (FIG. 8),

Amarante fala do fio condutor das canções do álbum: “Todas têm a ver com essa ideia do duplo, do ‘cavalo’, de uma entidade com quem se tem o diálogo interno. É você se vendo, se enxergando”<sup>53</sup>. A justificativa do título, segundo o músico, é o fato do “cavalo”, um animal usado como locomoção, na umbanda e no candomblé ser “aquele que recebe o espírito”. Completa ele: “eu sinto que há dois em mim. Um que é criativo, livre e indomável, que ama a coisa em si e que não tem nenhum compromisso de concretização da coisa. E outro que é aquele que tem interesse em voltar à ideia e disciplinar seu trabalho e concretizar a coisa”<sup>54</sup>. Na crítica, surge a ideia de ausência – “de sons, amores e de um lugar no mundo”<sup>55</sup> –, como a base unificadora das canções. Ausente também é a capa do disco em sentido mais comum: “em vez de uma imagem, a capa do álbum exhibe as letras das faixas. Tudo é parte de um plano cuja intenção, segundo o artista, é criar espaços para a interpretação do público e jamais entregar informações de bandeja”<sup>56</sup>.



FIG. 8: Capa de *Cavalo*. Artista: Rodrigo Amarante. Ano: 2013

<sup>53</sup> Rodrigo Amarante. **Rolling Stone Brasil**. Entrevista RS. São Paulo, out. 2013, p. 72.

<sup>54</sup> Idem.

<sup>55</sup> Rodrigo Amarante. **Rolling Stone Brasil**. São Paulo, out. 2013, p. 107-108.

<sup>56</sup> Idem.

No contexto brasileiro, destacam-se também as capas criadas por César Villela em parceria com o fotógrafo Chico Pereira para o selo Elenco, fundado em 1963 por Aloysio de Oliveira. Entre os artistas gravados pela empresa, estão Maysa, Tom Jobim, Vinícius de Moraes, Nara Leão, Astrud Gilberto, todos importantes expoentes do movimento bossa nova. Entre as características das imagens criadas por Villela, Motta (2001, p. 67) aponta “suas capas em preto-e-branco em alto contraste, com sua imagem sofisticada e exclusiva”. Vargas (2013) ainda destaca o trabalho de elementos gráficos trabalhados na tipografia e, em muitos casos, a presença de quatro pequenos círculos espalhados pela imagem, sendo um deles integrante do logotipo do selo (FIG. 9 e FIG. 10).

Em entrevista<sup>57</sup>, o designer explica as suas escolhas. Por trás da ideia de simplificação, estava a necessidade de destacar os discos, chamando a atenção para eles, entendendo que “as capas tinham de vender o disco”. Sobre o alto-contraste, Villela explica que era uma ideia que já vinha sendo desenvolvida na Odeon, onde o artista trabalhava previamente, e achou que seria uma boa solução para a gravadora, tanto em termos de sofisticação quanto de simplificação. Sobre os detalhes em vermelho, o capista conta que “na época eu andava lendo umas coisas espirituais e li na Cabala dos judeus que o número quatro era ligado à harmonia. Achei que a harmonia tinha a ver com música, daí resolvi usar aquela idéia (*sic*) nas bolinhas”. Esse direcionamento acabou marcando uma série de produções da bossa nova do período e ajudou a demarcar certa unidade imagética para o Elenco.

---

<sup>57</sup> Disponível em: <<http://musica.uol.com.br/ultnot/2008/07/31/ult5955u28.jhtm>>. Acesso em: 11 mai. 2014.

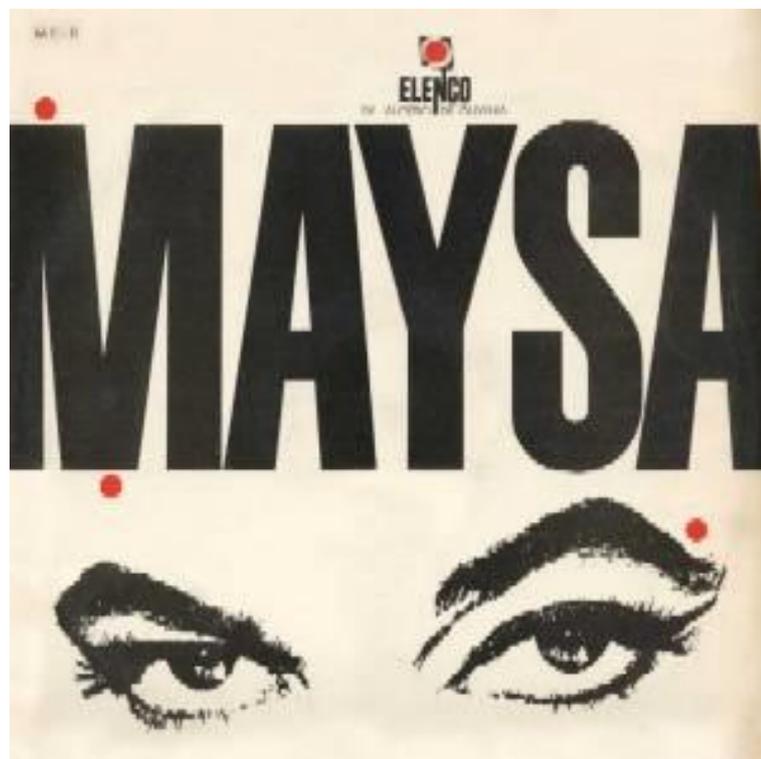


FIG. 9: Capa de *Maysa*. Artista: Maysa. Ano: 1964



FIG. 10: Capa de *Nara*. Artista: Nara Leão. Ano: 1964

Se os paratextos são aquilo que “presentificam” o texto, como sugerido por Genette (2001), em que medida essa presença é parte da experiência estética na escuta das músicas de

um álbum? Tendo como referência o trabalho de Gumbrecht (2010, p. 13), entendemos presença não como uma relação temporal, mas como “uma relação espacial com o mundo e seus objetos. Uma coisa ‘presente’ deve ser tangível por mãos humanas – o que implica, inversamente, que pode ter impacto imediato em corpos humanos”. Em uma perspectiva similar, Sontag (1964, online, ênfase no original) discorre criticamente sobre a hegemonia da abordagem interpretativa na análise da arte em detrimento das sensações, nos convidando a recuperar nossa sensibilidade e “aprender a *ver* mais, a *ouvir* mais, a *sentir* mais”. Nesse sentido, a trilha pelos estudos das materialidades da comunicação nos ajuda a lidar com a “forma”, sem perder de vista a importância da interpretação. Um dos princípios fundamentais nesse percurso está em empreender um olhar que privilegia o suporte material na configuração dos sentidos (FELINTO, 2005). Nos parece que tanto Genette quanto Gumbrecht estão interessados em entender como se dá a “produção de presença” em suas análises. Enquanto o primeiro olha para os paratextos como aqueles elementos que, no caso de um livro, o permitirão ser visto como tal, Gumbrecht faz uma abordagem menos pragmática quando nos convida a pensar sobre o impacto dos objetos em nossos corpos. Sua provocação vai na direção de explicar algo que não aprendemos a definir: sensações e estímulos sentidos previamente à interpretação que um objeto sugere. E a noção de *affordance* estabelece uma relação de suporte à provocação de Gumbrecht ao tentar entender os agenciamentos inscritos nos objetos e as relações estabelecidas com os usuários. Pereira de Sá e Polivanov (2012, p. 23), destacam que: “[...] todo ato de comunicação exige um suporte material que exerce influência sobre a mensagem, sendo, portanto, os meios de comunicação elementos constitutivos das estruturas, da articulação e da circulação de sentido [...]”. Ao tratar o álbum de música como um formato cultural e um meio de comunicação – na medida em que ele estabelece uma mediação comunicativa articulando uma série de agentes como músicos, ouvintes, profissionais de gravadoras, estúdios e lojas em redes de afeto e de significados – queremos destacar a importância de direcionar nosso olhar não somente para as músicas inscritas em determinado álbum, mas também para a própria tecnologia de inscrição como objeto fundamental na configuração dos sentidos e entendimentos sobre o álbum, uma vez que cada suporte vai encadear e se utilizar de diferentes aparelhos de reprodução e redes de atribuição de valor.

Aproximando essas perspectivas para o nosso recorte, cabe perguntar: ao pensar o surgimento do álbum em suas características constitutivas trabalhadas até aqui, em que medida o formato foi “permitido” pelo suporte LP? Qual o papel dos usuários no processo de entender e constituir o álbum enquanto um formato cultural? Em que ponto as *convenções*

*simbólico-materiais* do álbum – o *protocolo de escuta do álbum*, o *protocolo de escuta do suporte* e o *protocolo de usos dos paratextos* – deixam de ser uma idealização e se configuram como prática? Como os paratextos do álbum se adaptam às tecnologias de reprodução sonora postas em circulação para configurar novos tipos de álbuns? No capítulo seguinte, trataremos do álbum na cultura digital, tendo em vista que novos arranjos tecnológicos nos urgem a pensar outras materializações do álbum musical.

## FAIXA 2

### O problema do álbum na cultura digital

David Byrne: “Eu tenho me perguntado: por que lançar essas coisas – CDs, álbuns? A resposta que me veio é, bem, às vezes é artisticamente viável. Não é somente uma coleção aleatória de músicas. Algumas vezes as músicas têm um fio comum, mesmo que não seja óbvio ou até mesmo consciente da parte do artista”.

(...)

Thom Yorke: “Sim, mas a outra coisa é o que esse conjunto pode fazer. As músicas podem ampliar umas às outras se você as coloca na ordem certa”.

(WIRED, 2007, online, tradução do autor)

Beyoncé: “Eu queria que as pessoas ouvissem coisas de forma diferente e tivessem uma primeira impressão diferente. Não apenas escutar um trecho de 10 segundos, mas realmente serem capazes de ver a visão completa do álbum”.

(Vídeo “*Self-Titled*”: *Part 1. The Visual Album*, transcrição e tradução do autor)

Neste capítulo, abordaremos como as novas tecnologias da informação e da comunicação colocaram uma série de desafios para o formato álbum. Tais questões serão apresentadas e debatidas por meio do CD e do MP3, entendendo que eles são suportes paradigmáticos nos desdobramentos de tais problemas. Nossa hipótese é que, em dado contexto, as práticas de escuta e os usos complexificam o álbum, reorganizando suas *convenções simbólico-materiais*. O CD convida o ouvinte a explorar sua reprodução em movimento e em uma diversidade maior de aparelhos – do rádio do carro ao computador, passando também por aparelhos portáteis –, distanciando o álbum de suas informações paratextuais. Além do mais, copiado para o computador e tendo suas faixas reorganizadas ao desejo do ouvinte, o elo fornecido pelo álbum é enfraquecido, uma vez que nem o próprio CD torna-se necessário para a escuta. Por sua vez, o MP3 parece ampliar esses problemas. Músicas nesse suporte circulam como dados digitais livremente pela Internet, descoladas de qualquer suporte físico que traria unidade a determinado conjunto de canções. Assim, percebemos que características fundamentais para entender um álbum como tal parecem ser negligenciadas em prol de uma circulação mais dinâmica, articulada ao compartilhamento de

arquivos sonoros e deixando de lado elementos centrais como a capa, a noção de unidade que permeia o formato e o apelo visual e tátil. Dessa forma, referências de ordem material e simbólica estariam perdendo espaço nos canais de circulação abertos pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Por fim, lembramos também que o MP3 possui modelos de escuta mais flexíveis, que parecem privilegiar o consumo de músicas desagregadas do álbum. Afinal, os arquivos podem ser adquiridos – seja em redes de compartilhamento, seja em lojas virtuais – separadamente do conjunto oferecido pelo álbum.

Em primeiro lugar, destacamos que nem o CD, nem o MP3 representam uma ruptura radical com o modelo do álbum. Carvalho e Rios (2009, p. 81) pontuam que desde, pelo menos os anos 1970, usos feitos da fita cassete já davam indícios de certa “insatisfação” com o formato, “como ele é preparado e imposto pelas gravadoras”. Afinal, as fitas ofereciam possibilidades de customização, permitindo aos ouvintes gravar e consumir suas próprias compilações “desagregadas” do álbum. Tal qual o CD, o MP3 parece ampliar essa possibilidade e traz novos desafios para o álbum, pois como sugerem os autores:

a partir desse formato digital, o consumo de músicas dentro de um álbum está sendo substituído pela preferência por um consumo por unidade. Em outras palavras, as pessoas parecem não querer mais ter de pagar por uma sequência de canções imposta previamente, como acontece em um CD, representando assim uma negação à ditadura do álbum comercial (CARVALHO e RIOS, 2009, p. 76).

A expressão “ditadura do álbum comercial” aponta para a imposição “industrial”, visando principalmente a maximização de lucros, pela qual artistas, produtores e gravadoras oferecem um produto fechado – o álbum –, onde só algumas faixas seriam de real interesse do público consumidor. Herschmann e Kischinhevsky (2011, p. 24) também sugerem que há uma “crise da noção de álbum (vários músicos vêm repensando a relevância de gravá-los e/ou lançá-los) que vai deixando de ser o objetivo central desta indústria ou a mercadoria mais valorizada nesta dinâmica de produção e consumo”.

Ao longo deste trabalho, defendemos que o álbum de música enquanto um formato cultural é constituído por suas *convenções simbólico-materiais*: os *protocolos de escuta do suporte e do álbum* e o *protocolo de usos dos paratextos*. São a partir dessas categorias que tem-se no álbum um formato privilegiado para tratarmos de questões como os modelos de negócio da indústria fonográfica, estratégias de atribuição de valor, legitimação na cultura da música e a riqueza material dos suportes fonográficos. Como vimos anteriormente, as convenções são consolidadas no disco de vinil, mas não se esgotam nele. Nesse percurso, apostamos que diferentes suportes de reprodução musical, materializam outras configurações

de álbum, outras formas de escuta e de agregação. Dessa forma, a questão que guiará a reflexão ao longo deste capítulo é: como as convenções do álbum são reorganizadas no CD e no MP3 no âmbito da cultura digital?

Desde pelo menos os anos 2000, o computador e a Internet passaram a cumprir um papel central na distribuição de música para o público, seja através do *download* ou dos serviços de *streaming*. E apesar do fim dos formatos físicos já ter sido considerada uma possibilidade (JONES, 2000; STOCKDALE, 2003), eles persistem na cultura da música, tornando o momento atual mais complexo. Hoje, o circuito digital da música aponta para um conjunto composto por formatos digitais de áudio, sites de redes sociais e serviços online de distribuição e escuta musical. Para além de uma postura que evidencie as rupturas dos novos modelos com os anteriores, destacamos nosso alinhamento com Pereira de Sá e De Marchi (2003, p. 49), para quem a cibercultura “remete primeiramente à noção de cultura, a partir da tradição interpretativa da antropologia”. Sendo assim, trataremos “o estudo da cibercultura como um contínuo e plural processo de inovação e reapropriação tecnológica, cujo desenvolvimento remonta ao diálogo com boa parte da história das tecnologias da informação e da comunicação”. Para debater as instâncias materiais da música na cibercultura, compreendemos a partir de Gitelman (2006, p. 10, ênfase no original) que “em certos níveis, mídias são muito influentes, e suas propriedades materiais (literal e figurativamente) *importam*, determinando algumas das condições locais de comunicação entre as circulações mais amplas que de uma só vez expressam e constituem relações sociais”. Seguindo a reflexão da autora, o horizonte do debate está tanto nas propriedades materiais dos suportes fonográficos, quanto nas relações, práticas e usos constituídos por elas. Não se trata de uma perspectiva essencialmente determinista, mas é necessário evidenciar o diálogo entre mídias fonográficas e usos feitos delas, de certa forma, marcados por suas singularidades materiais.

Segundo Théberge (1997, p. 193) as tecnologias de gravação – e, aqui, fazemos uma extensão para os suportes de reprodução sonora – “devem ser entendidas como um ‘sistema’ de produção completo, envolvendo a organização de meios musicais, sociais e técnicos”. Ainda de acordo com o autor (THÉBERGE, 2001, p. 3):

tecnologia é também um ambiente onde nós experimentamos e pensamos sobre música; é um conjunto de práticas nas quais nos engajamos em fazer e ouvir sons musicais; e é um elemento nos discursos que usamos ao compartilhar e avaliar nossas experiências, definindo, no processo, o que música é e pode ser. (...) A respeito disso, é essencial reconhecer, primeiramente, que conflitos em estética e valores musicais têm acompanhado virtualmente todo desenvolvimento em tecnologia musical e, em segundo lugar, que as possibilidades oferecidas por novas

tecnologias musicais nunca são exploradas igualmente, ou até mesmo aceitas, em todas as esferas do fazer-musical”<sup>58</sup>.

Dessa forma, acreditamos que não basta evidenciar as rupturas, pois não se trata da “crise” da noção de álbum ou de seu fim. Álbuns continuam a organizar a cultura da música e os desafios apresentados pelo CD e pelo MP3 são maneiras pelas quais torna-se possível pensar em outras configurações do álbum de música.

Tecendo o debate sobre “tecnologia e autoridade” em *Performing Rites*, Frith (1996, p. 236–237) fala dos “efeitos sociais” da história de gravação da música. O primeiro deles seria sua ubiquidade, ou seja, a música está em todo lugar, não mais “enquadrada por um lugar ou tempo especial”, ocupando diversos contextos de escuta. O segundo “efeito social” seria a “grande quantidade” de música, onde “simplesmente em seu acúmulo a música deixa de ser especial”. Por fim, o terceiro ponto diz respeito à individualização da experiência musical. Para o autor, um desdobramento de tais efeitos sociais seria o “efeito mercadoria”, onde “nós agora podemos possuir música tão obsessivamente, loucamente, quanto a música nos possuía.” Ainda que Frith esteja se referindo às tecnologias de gravação musical como um todo, consideramos fundamental apontar que tais efeitos levantados em seu trabalho precisam ser analisados tendo-se em vista as especificidades dos variados suportes de gravação. Assim, questões sobre ubiquidade, acúmulo e individualização ganhariam contornos mais complexos se fossem levadas em conta as particularidades de determinado suporte.

Disputas acerca de hábitos de escuta e de modelos de negócio evidenciam a pluralidade de caminhos por onde músicos podem levar seus álbuns a público. Hoje, é comum para artistas comercializarem suas músicas em diversos suportes, tentando atender a todo tipo de audiência e preferências por tipos específicos de tecnologias de reprodução sonora. Inclusive a fita cassete, dada como ultrapassada, vem encontrando seu espaço em certos nichos e “ensaiando um retorno”<sup>59</sup>. Nossa perspectiva defende que os diversos suportes através dos quais músicos podem levar seus álbuns a público evidenciam convenções específicas de configuração do álbum. Acreditamos que a imbricação entre variadas

---

<sup>58</sup> Tradução do autor para: “Technology is also an environment in which we experience and think about music; it is a set of practices in which we engage in making and listening to musical sounds; and it is an element in the discourses that we use in sharing and evaluating our experiences, defining, in the process, what music is and can be. [...] In this regard, it is essential to recognise, firstly, that conflicts in music aesthetics and values have accompanied virtually every development in music technology and, secondly, that the possibilities offered by new musical technologies are never exploited equally, or even accepted, in every sphere of music-making”.

<sup>59</sup> “Fita cassete ensaia retorno e já engrossa caixa de empresa especializada”. **Estadão/PME**. Disponível em: <http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,fita-cassete-ensaia-retorno-e-ja-engrossa-caixa-de-empresa-especializada,3071,0.htm>. Último acesso em: 29 set. 2015.

possibilidades de armazenamento e a cultura digital trouxe também soluções interessantes para refletirmos sobre a permanência do álbum. Uma delas, por exemplo, é a comercialização de álbuns em *flash drives*, normalmente em edições mais limitadas e direcionados para colecionadores e fãs<sup>60</sup>.

Ao pensar os problemas da relação entre música e internet, Jones (2000, p. 223) levanta questões centrais da nossa discussão, como o design, a embalagem e as dimensões visuais no âmbito da comercialização do produto musical. Como argumentamos, a “dimensão visual” é parte fundamental das convenções do álbum. Apesar de à primeira vista parecerem negligenciadas no ambiente online, elas continuam a organizar a cultura da música. Lojas virtuais, *softwares* de reprodução e serviços de *streaming* dão destaque para a imagem da capa, por exemplo, unificando as faixas que são comercializadas e/ ou tocadas nos programas. Outro dos pontos levantados pelo autor é a ideia de customização. Colocada como um problema, ela ameaçaria a estabilidade do álbum enquanto um produto fechado. Em suas palavras: “podemos testemunhar uma mudança no desenvolvimento de álbuns como resultado, e potencialmente um ressurgimento na noção de um ‘single’, enquanto que consumidores podem escolher comprar músicas individuais em um CD ‘customizado’ de sua própria criação” (JONES, 2000, p. 225). Dias (2008, p. 17) avança uma possibilidade similar ao falar das questões trazidas pelas novas tecnologias da informação e da comunicação para a música, tais como: “[...] o iminente fim do álbum, do disco – em qualquer dos suportes disponíveis – como formato primordial das obras fonográficas, considerando o acesso por meio digital, legal ou não, às faixas isoladas, às ‘músicas’ descoladas do todo que um dia reivindicou para si o estatuto de obra de arte”. Cabe lembrar, no entanto, que o consumo customizado de músicas não é necessariamente uma novidade na cultura fonográfica – vide, por exemplo, as *mixtapes*. De toda forma, compartilhamos com Frith (2001, p. 32) a ideia de que a tecnologia digital “foi obviamente, moldada por práticas analógicas: ela permitiu à pessoas fazerem mais rápido e facilmente o que estavam fazendo de qualquer maneira”

## **2.1 Desmaterialização e substituição: perspectivas para organizar o debate**

Duas perspectivas parecem organizar o debate sobre os desafios do álbum na cultura digital: a da desmaterialização e a da substituição. A ideia de desmaterialização aponta para a

---

<sup>60</sup> O último álbum da dupla de rock alternativo The White Stripes, *Icky Thump* (2007), foi lançado também em pen drive, uma edição limitada que hoje é vendido na amazon.com por US\$ 94. Disponível em <http://amzn.com/B000ZHDBBI>. Último acesso em: 16 ago. 2015. No Brasil, a banda Ludov se utilizou desse tipo de suporte para lançar o EP *Paraíso* (2012).

transformação de algo tangível em dados digitais; no nosso caso, trata-se da conversão da música, que circulava exclusivamente em suportes físicos, em arquivos digitais comprimidos. Tal processo facilita não só seu armazenamento em outros contextos – como servidores, computadores e tocadores digitais portáteis – como também sua transmissão pela Internet, além de “apagar” referentes materiais estruturantes do formato álbum, como a imagem de capa, o encarte e a sequência pré-estabelecida das faixas, consolidada nos suportes físicos. Ressaltamos que esse debate não é exclusivo na música, atravessando uma série de reflexões sobre as transformações sofridas em outros setores da indústria cultural com a popularização das novas tecnologias da informação e da comunicação (ROLLEMBERG, 2010; HERMANN, 2012).

O problema quando aceitamos o argumento da desmaterialização é que deixamos de considerar que a música possui uma série de complexidades materiais em operação mesmo no contexto da cibercultura. Ainda que a música tenha se desmaterializado, precisamos considerar a utilização de reprodutores materialmente tangíveis, como celulares, computadores e *tablets* como dispositivos fundamentais nas práticas de produção, circulação e escuta musical. Lévy (1999, p.53) já questionava a ideia de desmaterialização na cultura digital ao perguntar: “a digitalização pode ser considerada como ‘desmaterialização’ da informação?”. Na verdade, pondera o autor, a transformação de algo – uma foto, no caso – em números que serão lidos pelo computador, precisa de uma infraestrutura material onde eles serão inscritos e, posteriormente, lidos ou manipulados. Magaudda (2011, p. 16) observa que a digitalização da música, não somente significa “menos materialidade”, como reconfigura a relação entre materialidade e cultura, onde nota-se “um renovado papel desempenhado por objetos materiais na vida e nas atividades das pessoas”. Ao analisar o iPod, o *hard drive* e o disco de vinil sob o viés metodológico do “circuito da prática”<sup>61</sup>, Magaudda (2011, p. 31) pondera que:

mudanças no consumo de música geradas pelo processo de digitalização não levaram à desmaterialização do consumo e ao desaparecimento dos objetos materiais, mas em vez disso gerou formas de ‘re-materialização’ – a re-articulação das relações entre materialidade, significados culturais e atividades pragmáticas das pessoas<sup>62</sup>.

---

<sup>61</sup> O “circuito da prática”, nas palavras do autor, “consiste em um modelo explicativo que nos ajuda a visualizar empiricamente e entender mudanças e transformações de práticas sociais do ponto de vista da experiência das pessoas participando nessas práticas” (MAGAUDDA, 2011, p. 16).

<sup>62</sup> Tradução do autor para: “changes in music consumption generated by the process of digitalization have not led to the dematerialization of consumption and to the disappearance of material objects, but have rather

Sobre a materialidade da música, compartilhamos a visão de Straw (2012, p. 227) quando o autor afirma que: “considerada há muito tempo uma das formas culturais mais etéreas e abstratas, a música é indiscutivelmente a mais incorporada nas infraestruturas materiais do nosso cotidiano.” Defendemos que essa qualidade ambígua da música continua válida mesmo na cultura digital.

Segundo Sterne (2012, p. 186 – 193), o problema se traduz na dúvida: “ou a música se desmaterializou ou sua materialidade existe agora em uma escala diferente”. Para pensar essa questão, o autor faz uma interessante análise sobre a condição de “coisa” da música. Nesse debate, há duas tradições preponderantes: aquela que “considera a música enquanto prática e processos sociais que podem produzir artefatos mas não é ela mesma algo que pode ser objetificado enquanto uma coisa” e aquela cujo corpo de autores que “referem-se à música enquanto uma coisa podem se referir às suas formas tecnologizadas, seu estatuto enquanto uma mercadoria”. Tomando um outro caminho, Sterne considera a música como um “pacote de *affordances*” (“*bundle of affordances*” no original). Recuperando Heidegger, pontua que “coisas são coisas porque elas oferecem às pessoas *affordances* pela qualidade de sua presença”. Dessa maneira, o autor não polariza a discussão ao tratar a música através de seu status como mercadoria ou de suas formas tecnologizadas. Ao contrário, como mostra em sua densa análise sobre o MP3, a questão está em entender os atravessamentos, como os de ordem técnica e as implicações sócio-culturais e político-econômicas.

Pensando as novas materialidades da música, Bødker (2004, p. 3–4) ressalta que a ligação entre música e seu suporte material está desestabilizada, mas a música não está “descorporificada” – está circulando por diferentes dispositivos e aparelhos – e que: “as normas sedimentadas de um século de música analógica devem, necessariamente, constituir o principal pano de fundo das práticas emergentes”.

Por sua vez, a perspectiva da substituição aponta para um tipo de fala recorrente quando se aborda a introdução de novas tecnologias e é bastante presente nas narrativas sobre a indústria fonográfica. Inserindo a cultura da música em uma linha evolutiva, novas tecnologias, supostamente melhores, substituíram as anteriores. Nesse raciocínio, o CD substituiria o disco de vinil e a fita cassete. O MP3, por sua vez, substituiria a tecnologia predecessora; e assim por diante. Para além de uma substituição estritamente técnica, haveria também a substituição de práticas de escuta e de usos. Daí surge a ideia de que com a

---

generated forms of ‘re-materialization’ – the re-articulation of the relationships among materiality, cultural meanings and people’s pragmatic activities”.

popularização do MP3 estariam se formando novos hábitos de consumo, dentre eles, a preferência pelo *single* ao invés do álbum completo.

Recuperando McLuhan (2002), Bolter e Grusin (2000, p. 49) trabalham o conceito “remediação” (*remediation*) no contexto das novas mídias, sinteticamente definido como “a representação de um meio em outro”. Parte de sua reflexão é compreender como novos meios de comunicação sempre trazem consigo elementos de práticas, formatos e tecnologias que vieram previamente. Focando nas “tecnologias visuais”, como a rede mundial de computadores (*World Wide Web*) e os gráficos computacionais, argumentam os autores que “estas novas mídias estão fazendo exatamente os que suas predecessoras fizeram: se apresentando como versões repaginadas e melhoradas de outras mídias” (BOLTER e GRUSIN, 2000, p. 14–15). Adotando uma postura cautelosa para não incorrer em uma análise tecnologicamente determinista, pontuam também que:

podemos dizer que tecnologias de mídia são agentes em nossa cultura sem cair na armadilha do determinismo tecnológico. As novas mídias digitais não são agentes externos que vêm para romper uma cultura desavisada. Elas emergem de dentro de contextos culturais e elas remodelam outras mídias, as quais estão incorporadas no mesmo contexto ou similar (BOLTER e GRUSIN, 2000, p. 19)<sup>63</sup>.

Seguindo Bolter e Grusin, parte de nosso objetivo aqui é pensar não somente nas rupturas acerca do formato álbum na cultura digital, mas também como este objeto está em disputa nesse contexto. Usando a terminologia dos autores, podemos perguntar: *como o álbum de música é remediado na cultura digital?*

Em *Cibercultura*, Lévy (1999, p. 211–212) já falava da “falácia da substituição”, onde novos gêneros – ou, nosso caso, novos formatos do álbum e dos padrões de consumo musical – não se sobreporão aos anteriores, pois “a perspectiva da substituição negligencia a análise das práticas sociais efetivas e parece cega à abertura de novos planos de existência, que são acrescentados aos dispositivos anteriores ou os complexificam em vez de substituí-los”. Afinal, “é muito raro que um novo modo de comunicação ou de expressão suplante completamente os anteriores”. Com isso em vista, apostamos em um cenário mais complexo, onde novas e velhas mídias não somente coexistem, como “se alimentam” umas das outras<sup>64</sup>.

---

<sup>63</sup> Tradução do autor para: “we can say that media technologies are agents in our culture without falling into the trap of technological determinism. New digital media are not external agents that come to disrupt an unsuspecting culture. They emerge from within cultural contexts, and they refashion other media, which are embedded in the same or similar contexts”.

<sup>64</sup> Vide o caso da máquina de escrever que, em vez de carbono e folha, usa o iPad, *tablet* da Apple, para registrar os textos – disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/ipad/28768-transforme-seu-ipad-em-uma-velha-e->

Claro que cada mídia tem suas especificidades, suas *affordances* particulares; e de certa forma, artefatos midiáticos dão a direção dos usos poderão ser feitos deles. No entanto, isso é algo negociado na arena cultural, onde práticas, usos e tecnologias prévios ajudam a moldar e dialogam com as possibilidades advindas com as novas tecnologias. Afinal, como lembra Bødker (2004, p. 14), “novas mídias e tecnologias muito raramente simplesmente substituem as antigas”.

Muitas vezes o álbum é visto como parte de estratégia da indústria da música que “forçava” consumidores a comprar mais músicas do que eles realmente estariam interessados (Bødker, 2004). Assim, os ouvintes precisavam adquirir o pacote completo, mesmo que o objetivo fosse somente para ouvir uma ou outra faixa. A circulação de música em formatos digitais como o MP3, de fato, facilitam o descolamento de músicas do contexto oferecido pelo álbum. Entretanto, disso não devemos inferir nem que o MP3 inaugura essa prática, nem que o álbum “morreria”. Em primeiro lugar, desde pelo menos a fita cassete, como vimos, ouvintes já faziam suas próprias compilações. Em segundo, o álbum continua a ser um formato organizador importante na cultura da música. A despeito disso, o álbum teve sua “morte” anunciada algumas vezes<sup>65</sup> nesse cenário.

Bødker (2004, p. 13) constrói um interessante argumento sobre a permanência dos álbuns de música frente aos desafios apresentados pela cultura digital. Como as faixas de um CD não estão mais presas ao artefato comercializado pela indústria, estimulando diferentes práticas de escuta, pontua o autor que:

a questão decisiva é o que se percebe como a unidade básica de textos musicais, a faixa *single* ou o álbum, ou seja, se o álbum é para ser entendido como uma coleção de entidades economicamente distintas, ‘imateriais’, literalmente unidas por plástico ou uma entidade artística, comunicativa, um trabalho unificado, unido por conteúdo, tema ou estilo<sup>66</sup>.

Por ora, vale problematizar a perspectiva de substituição olhando para o fenômeno do “retorno do vinil” (PEREIRA DE SÁ, 2009). Em primeiro lugar, cabe pontuar que o vinil

---

classica-maquina-de-escrever-video-.htm. Último acesso em: 22 mar. 2015 – e o aplicativo para dispositivos móveis *Vinyl Tap* que simula um toca-discos no *tablet* ou no *smartphone* (WALTENBERG, 2012).

<sup>65</sup> Largamente exagerada, a expressão “morte do álbum” é utilizada inúmeras vezes por veículos de comunicação para “provar” um crescente desinteresse pelo formato álbum em relação a outras possibilidades de consumo, como a compra de *singles* ou a criação/escuta de listas de reprodução personalizadas.

<sup>66</sup> Tradução do autor para: “the decisive question is what one perceives the basic unit of music texts to be, the single track or the album, i. e. whether the album is to be understood as a collection of ‘imaterial’, economically distinct entities literally bound together by plastic’ or a communicative, artistic entity, a unified work, bound together by content, theme or style”.

não “retornou” porque ele nunca desapareceu. Em alguns nichos, como o dos DJs e de colecionadores, o vinil manteve-se como uma tecnologia de preferência em relação às posteriores (THÉBERGE, 2001, p. 19). No entanto, evidencia-se hoje renovado interesse pelo suporte, principalmente em uma geração já inserida no universo dos CDs e dos MP3s, que tenderia a prezar mais pela miniaturização dos reprodutores de música e pela circulação musical online. Em termos de arrecadação, ainda que ele represente uma parcela pequena do total da indústria, proporcionalmente falando, as vendas de discos de vinil são as que mais crescem nos últimos anos<sup>67</sup>. Diversos fatores são recorrentemente apontados quando se aborda esse fenômeno. Em matéria publicada na edição norte-americana da revista *Rolling Stone*, ressalta-se a “demanda de atenção” (BROWNE, 2008) como um diferencial importante nas práticas de escuta de vinil. Uma reportagem de 2008, publicada no site da revista *Time*<sup>68</sup>, aponta outras características da escuta de discos que parecem atrair uma geração mais nova de consumidores, tais como: “a qualidade sonora mais quente dos discos, as capas mais elaboradas e *liner notes* que vêm com elas, e a experiência de colocar um para tocar e compartilhar com os amigos, em oposição a usar fones de ouvido e escutar sozinho”.

Olhar para o álbum de música sob o prisma do MP3 mostra um cenário mais complexo. Não se trata de desconsiderar tendências de escuta que privilegiam o *single* ao invés do álbum, nem de perceber que, de fato, a circulação de música online desestabiliza noções consolidadas sobre o formato. Nosso objetivo é evidenciar disputas que se manifestam em estratégias de ressignificação do álbum e em tentativas de fortalecimento do formato por meio dos posicionamentos e práticas de artistas, ouvintes e também canais de distribuição. A perspectiva da substituição falha ao por a pluralidade da cultura da música – em todas as suas formas, entendimentos e práticas – em uma linha evolutiva, onde o novo não só é “melhor”, como é capaz alterar radicalmente práticas e usos consolidados anteriormente.

A partir desses dois pontos de vista, propomos tomar outra direção; uma que considere as rupturas como dados importantes, mas que está mais interessada em observar as continuidades do álbum através de diferentes tecnologias. Assim, retomamos a pergunta que

---

<sup>67</sup> Segundo relatório da Nielsen, nos Estados Unidos, em 2014, foram vendidos 257 milhões de unidades de álbuns em CD, vinil e digital. Desse total, apenas 9,2 milhões correspondem à venda de discos de vinil. No entanto, enquanto a venda de CDs e formatos digitais caiu em relação ao ano anterior, a comercialização de vinil aumentou mais de 50%, passando de 6,1 para as mencionadas 9,2 milhões de unidades vendidas. Segundo a mesma pesquisa, 2014 foi o nono ano consecutivo que apresentou um crescimento na venda de discos de vinil. Documento disponível em: <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/public%20factsheets/Soundscan/nielsen-2014-year-end-music-report-us.pdf>. Último acesso em: 24 set. 2015.

<sup>68</sup> “Vinyl gets its groove back”. *Time*, 10/01/2008. Disponível em: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1702369,00.html>. Último acesso em: 12 mar. 2016.

fizemos inicialmente: como o CD e o MP3 reordenam as *convenções simbólico-materiais* do álbum?

Com foco no CD e no MP3, nosso objetivo é desdobrar o problema acima identificando nesses suportes estratégias de persistência do formato. O CD, enquanto um dos principais produtos da indústria fonográfica desde, pelo menos, meados da década de 1980, será retomado em suas singularidades e *affordances* materiais. Assim como o disco de vinil institucionalizou o álbum, defendemos que o CD recria o álbum em suas especificidades, trazendo não só uma série de problemas – os quais serão tratados mais detidamente a seguir – como também traz à tona possibilidades criativas de exploração do álbum nesse suporte.

Como mencionamos anteriormente, diversas análises apontam para uma “crise” da noção de álbum, como se as novas tecnologias da informação e comunicação fossem capazes, de uma hora para a outra, de eliminar o principal produto de uma indústria articulada em torno da música<sup>69</sup>. Ainda que não adotemos essa visão, reconhecemos que as novas tecnologias criam problemas para o álbum, da forma como ele se institucionalizou. Por outro lado, nos interessa mais observar estratégias pulsantes de resgate, revalorização e redefinição do formato acompanhando o avanço tecnológico. Duas dessas estratégias serão analisadas nos capítulos seguintes; aqui, debateremos de uma forma mais geral sobre esse assunto focando em duas tecnologias de circulação musical – o CD e o MP3 – como paradigmáticas na organização dos discursos sobre a “crise” do álbum e, por desdobramento, ampliar nosso entendimento do que é um álbum musical para problematizar sua persistência na cultura digital.

## **2.2 A “crise” do álbum no CD: contexto e estratégias de persistência**

Lançado nos anos 1980, já no fim da década, o CD se consagraria como o principal produto da indústria fonográfica. De acordo com a Federação Internacional da Indústria Fonográfica [International Federation of the Phonographic Industry – IFPI], enquanto em

---

<sup>69</sup> É importante perceber que a noção de “morte” do álbum é paralela à discussão sobre a crise da indústria fonográfica, ainda que partam de caminhos diferentes. Com a pirataria digital, principalmente, as vendas de discos despencaram substancialmente. Passada a histeria do momento, a indústria da música foi a primeira das indústrias culturais a entender que era necessário rever o modelo de negócios e descobrir como gerar receita em um mercado que parecia desvalorizar cada vez mais os álbuns. Apesar de CDs continuarem a ser vendidos e suportes anteriores, como o disco de vinil e a fita cassete, florescerem em determinados nichos, serviços de *streaming*, vendas de álbuns por lojas virtuais e estratégias mais ousadas, como o “pague-quanto-quiser” pelo álbum têm se tornado alternativas promissoras para um mercado que precisa convencer o público a pagar por música.

1983 foram vendidas 5,5 milhões de unidades de CDs globalmente, em 1988 esse número passou para 400 milhões (TERRY, 1989). Além da embalagem reduzida – o que facilitava a criação de estoques maiores nas lojas e coleções privadas nas casas dos ouvintes – prometia-se um som de melhor qualidade, sem os ruídos e chiados do disco de vinil – qualidades sonoras essas que, frequentemente, são vistas positivamente por entusiastas do formato.

Como aponta Chanan (1995, p. 167) a renovação tecnológica nos anos 1980, liderada pelo CD, foi fundamental para reerguer a indústria da música. No entanto, ainda que o novo suporte fosse promovido como uma tecnologia superior, comenta o autor que músicos “perspicazes” criticavam o som, como sendo “muito analítico e clínico”. Para Katz (2004, p. 171) “é notável ouvir se falar do CD como original e autêntico. Há não muito tempo atrás, eles eram ridicularizados como frios, inumanos e lastimavelmente pequenos – a antítese do LP, com sua tutilidade reconfortante e o frequentemente citado calor do som”. Como lembra o autor, preferências cambiantes por formatos são uma característica central na cultura da música. Discos de 78 r.p.m., por vezes, foram considerados superiores aos LPs e assim por diante. Preponderantemente, o que nos interessa nessa discussão é reconhecer que a cultura da música não é imutável ou estática. Ao contrário, há sucessivos deslocamentos de percepções, preferências, gostos e os suportes de gravação e reprodução sonora estão inseridos nesse cenário de disputas. Talvez, por isso, seja também tão complicado falarmos em “substituições”, seja de práticas e hábitos ou de tecnologias. Ao contrário, há sim uma pluralidade de usos, entendimentos e gostos que deve ser levada em conta nesse debate.

A rápida aceitação do CD foi fortemente alavancada pelo relançamento de obras dos catálogos de gravadoras. Como pontua Thebergé (2001, p. 18–19): “a lealdade dos fãs e a nostalgia da música pop do passado podem ser vistas como tendo valor estratégico para a indústria fonográfica”, vide os selos especializados em reedições, voltados primordialmente para colecionadores (SHUKER, 2004). Para Vicente (2008, p. 8) “a atualização tecnológica dos suportes é a função mais visível da inovação. Detentoras dos direitos sobre a quase totalidade dos fonogramas de sucesso já produzidos, elas [as grandes gravadoras] encontraram na atualização dos suportes – de 78 rpm para LP, de LP para K7, de ambos para CD, de CD para DVD, etc. – uma importante fonte de lucros”. Sobre o valor comercial dessa estratégia, Shuker (1999, p. 47) ainda ressalta a “possibilidade de remasterização das gravações originais através das novas tecnologias, com um baixo investimento de capital”, uma vez que as gravadoras, muitas vezes, são detentoras dos direitos autorais de tais gravações<sup>70</sup>.

---

<sup>70</sup> Sobre a questão de catálogos e reedições, vale retomar o incômodo que Reynolds (2011a) sente em *Retromania*. Para o autor, a primeira década dos anos 2000 caracteriza-se pela repetição e pelo uso

No “Guia de CDs” da revista *Rolling Stone Brasil*, são frequentes as menções a reedições e também lançamentos especiais (edições *deluxe*, *box sets* etc.), mostrando que essa é uma prática recorrente na indústria da música. Além do valor econômico<sup>71</sup>, tal estratégia parece reforçar um cânone musical, uma vez que os argumentos por trás de relançamentos, apontam para a ideia de apresentar ao público “aquilo que deve ser escutado”; convencer o fã de que ele “precisa” comprar novamente um disco que já possui<sup>72</sup>, agora disponível em uma nova versão e consolidar o valor artístico e cultural de um determinado músico<sup>73</sup>.

Se num primeiro momento, o relançamento de discos de catálogo e *box sets* em CD salienta uma estratégia de geração de lucro com baixo investimento, Straw (2009, p. 83–84), pondera que

cada ato de unir tais monumentos, contudo, facilitou a transformação de catálogos em bancos de dados que prestaram-se a operações de busca e acesso relativamente fáceis. Sem surpresa, estes pacotes se transformaram em presas fáceis para sites de download na Internet, estoques pessoais contidos em iPods ou computadores pessoais e outras tecnologias de acumulação que sucederam o CD. Nenhuma dessas tecnologias presumem ou requerem a existência do CD enquanto um formato material<sup>74</sup>.

Para Chanan (1995, p. 157–158) há uma “ecologia da cultura de massas” que baseia-se na ideia de reciclagem. Nas palavras do autor: “com os CDs veio uma nova geração de

---

indiscriminado de uma estética retrô. Sobre essa questão, Reynolds (2011a, p. XXXV) ainda afirma que “desenvolvido no século XIX, mas definindo o XX, a gravação, em todas as suas formas, é o que ultimamente, criou as condições de possibilidade para o retrô”.

<sup>71</sup> Na ocasião do relançamento comemorativo dos álbuns *Achtung Baby* e *Zooropa* da banda irlandesa U2, Paul McGuinness, empresário da banda, disse em entrevista que: “Se você junta um monte de material extra e o trabalho no design da embalagem em uma caixa superlegal, há quem esteja disposto a pagar bastante por ela. Assim, você pode jogar o orçamento lá em cima e elevar a qualidade do produto” (Reedição resgata o U2 dos anos 90. **Rolling Stone Brasil**, 59. São Paulo, ago. 2011, p. 28).

<sup>72</sup> Quando foi relançado em 2012, o álbum *Cabeça Dinossauro* dos Titãs ganhou as seguintes linhas na revista *Rolling Stone*: “Neste mês, *Cabeça Dinossauro* completa 26 anos de existência. Chegou a ser editado em CD nesse meio-tempo, mas volta agora remasterizado e, como bônus, com um disco contendo material de pré-produção” (Obra-prima de banda paulistana é reeditada com um CD bônus repleto de versões demo. **Rolling Stone Brasil**, 69. São Paulo, jun. 2012, p. 119–120).

<sup>73</sup> A crítica sobre o relançamento comemorativo do disco *Nevermind*, do Nirvana, fala do álbum nos seguintes termos: “Sem pretensão de combater o status quo – pelo menos não assumidamente –, o Nirvana cometeu o produto que alterou essas estruturas. Mais importante disco das últimas décadas? Sem dúvida”. Qualidades como “icônico”, a “irretocável ordem das faixas” e “obra-prima” também são mencionadas na matéria. (Dividindo águas. **Rolling Stone Brasil**, 62. Guia de CDs. São Paulo, nov. 2011, p. 119)

<sup>74</sup> Tradução do autor para: “each act of bundling such monuments, however, eased the transformation of back catalogues in databases that lend themselves to relatively effortless search and retrieval operations. Unsurprisingly, these packages became easy prey for internet downloading sites, personal stockpiles contained on iPods or personal computers, and other technologies of accumulation that followed the CD. None of these technologies presume or require the existence of the CD as a material form”.

reedições, gravações que possuíam uma aura especial e tinham se fixado nas memórias das pessoas”. Théberge (1997, p. 206) problematiza a prática de reedição de CDs, entre outras, durante anos 1980 ao pontuar que são “diferentes facetas de um ambiente sônico global que enfatiza o presente ao mesmo tempo que dá um acesso sem precedentes à música do passado”. Ainda sobre esse tópico, Shuker (1994, p. 55) trata da emergência de oportunidades no mercado musical através da introdução de novas tecnologias. Reflete o autor que essas mudanças apelam principalmente a públicos que procuram um som melhor ou conveniência – ainda que, como certamente aponta, “o que se considera ‘melhor’ é alvo de debate” – e também para aqueles que possuem uma “orientação consumista” frente a introdução de novas tecnologias. Sob um ponto de vista mercadológico, essas mudanças estão pedindo que o público atualize os seus aparelhos tocadores de música e suas coleções, seja através de novas obras, seja por meio de relançamentos.

Se o problema do álbum na cultura digital é bastante visível no MP3, acreditamos que é no CD que parte dele começa a tomar forma. Straw (2009) ressalta, por exemplo, tanto os modelos de escuta do CD e aspectos de ordem material como catalisadores dessa questão. O argumento do autor é de que o suporte – e, acrescentamos, as *convenções simbólico-materiais* do álbum – perde fôlego ao se desdobrar para outros contextos de escuta e, nesse processo, a embalagem e os paratextos do álbum vão sendo deixadas de lado.

Como lembra Katz (2004), CDs também não são somente sobre o som: suas qualidades visuais e tácteis ademais fazem parte da experiência de escuta e consumo do formato – e “são parte de seu charme”. Entretanto, resta a pergunta: em tempos de compartilhamento de arquivos ou acesso a um catálogo gigante de músicas no ambiente online, por que as pessoas ainda comprariam CDs? Segundo pesquisa do autor, são várias as razões que ainda fazem do CD um objeto de consumo importante. Dentre as respostas levantadas, destacamos duas: sua fisicalidade e seus aspectos visuais. Sobre a primeira, pontua o autor que “muitos ouvintes dão valor à habilidade de manusear seus discos e querem a ‘coisa real’ em oposição a um MP3”. Quanto ao segundo motivo, Katz ressalta que: “CDs, ao contrário de MP3s, vêm com algo para se olhar e, portanto, para se interagir com – um disco que se assemelha a um espelho, arte da capa, *liner notes* e letras” (KATZ, 2004, p. 185). Antes de prosseguirmos, é necessário fazer uma ressalva quanto aos pontos levantados pelo autor. Ao tratar o CD e o MP3 comparativamente, seu trabalho desconsidera que MP3s também são “manuseáveis” através dos aparelhos de reprodução e, como veremos adiante, aspectos visuais continuam a cumprir um papel importante na escuta de música no ambiente online.

Defendemos que as especificidades do álbum no CD são acentuadas quando olhamos mais detidamente para as suas convenções. Ao contrário do disco de vinil, o CD sugere uma reprodução continuada, uma vez que não há lado A e lado B – característica importante que orienta a produção de uma série de álbuns da “era do vinil”. O fato de ser menor, mais leve e, portanto, mais facilmente portátil que o disco de vinil também sugere um outro tipo de escuta, menos presa ao espaço doméstico e, supostamente, mais distraída e distribuída por uma quantidade maior de aparelhos reprodutores. Por fim, os paratextos do álbum no CD também apresentam-se de forma diferente. Com menos espaço para a arte da capa, o design destinado a qualificar imageticamente um álbum possui menos destaque. Entretanto, tais paratextos estão lá e continuam a organizar a experiência de escuta. Straw (2009) pontua diversos desses problemas ao argumentar que determinadas características que tornaram o CD tão atrativo são justamente aquelas que, de certa forma, enfraqueceram o suporte. Em determinado momento de sua discussão sobre o “fim do CD de música”, comenta ainda sobre essa instabilidade entre o suporte e seus paratextos. Para o autor, as capas dos LPs são as formas mais ricas de paratexto, pois “elas naturalizaram nosso senso de um dado álbum como distinto, coerente e genericamente inviolável”. Ou seja, se as caixas de CD nos anos 1990 ofereciam um “pacote de perfeição quase igual”, cujos paratextos implicavam uma “forma ideal de evento de escuta”, com o tempo, as práticas efetivas de escuta tomaram outra direção, pois:

enquanto se movia para fora do espaço doméstico, contudo, o CD perdeu sua integridade enquanto um artefato. Mais do que cassetes, CD eram facilmente tirados de suas embalagens, reorganizados em pastas, empilhados em estojos e folheados por motoristas de carros ou corredores em momento de seleção. [...] Mais e mais, a *jewel box* de um CD e encartes ficavam em casa, como os manuais de instrução para relógios digitais ou telefones celulares, em coleções negligenciadas de status incerto e enfraquecida utilidade paratextual. [...] Qualquer sentido de um CD como um pacote complexo, completamente significativo apenas pela interação entre a música e seus acompanhamentos textuais, perdeu vigor<sup>75</sup>.

Por fim, ainda sobre o CD, Straw (2009, p. 80–82) pontua características de ordem material como o seu peso e sua capacidade de transportar uma quantidade maior de música (em comparação a suportes anteriores, como a fita cassete e o disco de vinil) como catalisadoras de seu fim. Os dois atributos contribuem para que o CD navegue por outros

---

<sup>75</sup> Tradução do autor para: “As it moved out of domestic space, however, the CD lost its integrity as an artifact. More than cassettes, CDs were easily removed from their packages, arranged in binders, stacked in carrier cases, and flipped through by automobile drivers or joggers in moment of selection. [...] More and more, a CD’s jewel box and booklets remained at home, like the instruction manuals for digital watches or cell phones, in neglected collections of uncertain status and weakened paratextual usefulness. [...] Any sense of a CD as complex package, fully meaningful only through the interaction of music and its annotative accompaniments, withered”.

contextos de escuta e o distancie do design, das anotações e da embalagem “planejados a garantir o valor e a integridade do CD como um formato cultural distinto”.

A fala de Straw, destacada acima, é importante para percebermos como o suporte, impulsionado em grande parte por sua materialidade, pode facilitar certos usos e entendimentos acerca do álbum. Por ser mais leve e portátil que um disco de vinil, e também por ser compatível com uma variedade maior de aparelhos de reprodução sonora, as práticas de escuta do CD vão começando a distanciá-lo de elementos cruciais das convenções do álbum, uma vez que não o entendemos somente enquanto conteúdo musical, mas também imagético e textual, onde a embalagem que o armazena e o apresenta cumpre papel fundamental.

Outro problema também ressaltado pelo autor e que merece destaque é relativo às práticas de “pirataria”. Ainda que fitas cassete já tenham sido responsáveis pelo aumento da pirataria (CHANAN, 1995), a tecnologia digital torna o processo mais fácil e rápido, ampliando as esferas de circulação do CD “não oficial”. Normalmente, no CD pirata, elementos fundantes do álbum são deixados de lado para que se privilegie somente a música. Assim, a resistente *jewel box* dá lugar a uma embalagem mais frágil, de papel ou plástico; o encarte, muitas vezes, desaparece e, em alguns casos, a qualidade da música também é reduzida. Como reitera Vicente (2008, p 10–11): “claro que esse circuito de distribuição exige preços extremamente baixos, o que implica em produções modestas, com gravações precárias e a substituição da caixa e do encarte do CD por simples envelopes”. Se entendemos que o álbum é mais do que coleção de músicas, onde a forma em que ele é apresentado é significativa para sua constituição, então essas práticas, de fato, desestabilizam o álbum. Elementos fundamentais como a capa, a contracapa, a embalagem, o cuidado do design e o encarte, são negligenciados para favorecer somente a música.

Assim como o disco de vinil em um primeiro momento, o CD – e os formatos físicos de uma forma geral – teve seu “fim” especulado diversas vezes (JONES, 2000; STRAW, 2009; VAZIRI, 2009). Entretanto, como lembra Gross (2009, p. 29), “é mais complicado do que nunca fazer, comercializar e vender CDs, é uma indústria em crise. Mas CDs ainda são um negócio significativo”. Ainda que, de fato, as novas tecnologias tenham colocado problemas para o CD e catalisado o que se entende por crise (ou reconfiguração) dos modelos de negócio da indústria fonográfica, ele ainda é um dos principais produtos do mercado

musical. Segundo dados da Nielsen<sup>76</sup>, em 2014, do total de US\$ 257 milhões arrecadados com venda de música nos Estados Unidos, US\$ 140,8 milhões correspondem à venda de CDs. Somente em 2015, através de relatório publicado em abril pela IFPI, a receita advinda por meio da venda de suportes físicos (CDs, DVDs e LPs) e aquela adquirida com venda digital de música (download e *streaming*), se equiparou em uma perspectiva global<sup>77</sup>. De qualquer forma, o que se nota é que, de fato, pode haver uma tendência dos formatos digitais ultrapassarem os físicos e representarem uma fatia mais significativa da indústria da música, mas, mesmo depois de ter seu fim decretado inúmeras vezes, o CD ainda mostra força perante à crescente oferta de opções para fruição musical. E, ainda que isso signifique que os suportes físicos irão perder importância no mercado de música, isso não decreta necessariamente o fim do formato álbum; acreditamos, ao contrário, que o formato persiste, articulando-se a outras configurações tecnológicas de produção, distribuição e escuta musical, como vem fazendo.

Por um lado, concordamos com Straw (2009) quando ele afirma que as práticas de escuta do CD desestabilizam o que entendemos pelas *convenções simbólico-materiais* do álbum. No entanto, identificamos também exemplos onde tais convenções ganham renovada potência. Não está em jogo declarar o fim dos formatos físicos ou apostar cegamente em sua permanência. Ao contrário, a questão torna-se complexa quando evidenciamos disputas e verificamos diferentes práticas de recuperação do formato álbum, mesmo em uma tecnologia que tenderia a torná-lo mais difuso.

Um caso que joga uma luz interessante nesse debate é o do álbum *LoveSexy*, de Prince, lançado em 1988. No décimo disco de sua carreira, não era apenas a imagem do cantor nu na capa que chamou a atenção dos críticos. Quando lançado, o CD, que continha nove músicas, vinha com apenas uma faixa. A ideia era que o ouvinte fosse imerso no universo sonoro de Prince em uma escuta continuada, do início ao fim, destacando não somente a especificidade do CD como um suporte que viabiliza esse tipo de estratégia, como também a prerrogativa do cantor ao determinar o fluxo do modelo de escuta ideal de sua obra. Como revela o crítico Edwin Faust<sup>78</sup>,

---

<sup>76</sup> Disponível em:

<<http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/public%20factsheets/Soundscan/nielsen-2014-year-end-music-report-us.pdf>>. Último acesso em: 24 set. 2015.

<sup>77</sup> “O CD completa 33 anos com vendas em queda e futuro incerto”. **O Globo**. 09/08/2015 Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/musica/o-cd-completa-33-anos-com-vendas-em-queda-futuro-incerto-17130467>. Último acesso em: 29 set. 2015.

<sup>78</sup> FAUST, Edwin. “Prince – LoveSexy”. Coluna **On Second Thought**. Stylus, 1 set. 2003. Disponível em: [http://www.stylusmagazine.com/articles/on\\_second\\_thought/prince-lovesexy.htm](http://www.stylusmagazine.com/articles/on_second_thought/prince-lovesexy.htm). Último acesso em: 15 set. 2015.

o fato de que o CD tem o álbum todo em uma faixa é frustrante às vezes, mas tem-se que experimentar a sensibilidade de Prince: isto é o mais próximo que o Purple One chegou de um álbum conceitual e ele estava claramente apaixonado pela ideia dos ouvintes o absorverem como um todo gigante. [...] Eu poderia dar a dica tradicional e tentar descrever cada faixa, mas ei – tem somente uma faixa! Uma faixa. Um *LoveSexy*. Um Prince<sup>79</sup>.

As primeiras edições do CD *LoveSexy*, tinham de fato, apenas uma faixa para as nove canções do álbum – edições subsequentes vinham com as faixas separadamente<sup>80</sup>. Quando lançado, a ideia era que *LoveSexy* fosse escutado sempre do início ao fim, como se as músicas não fossem separadas, mas componentes de um “todo”. Esse exemplo mostra que o mesmo álbum – *LoveSexy* – no mesmo suporte – o CD – pode proporcionar experiências de escuta bem particulares, dependendo da forma que ele é concebido.

Outra categoria de produtos que chama a atenção quando pensamos a persistência do álbum em CD, são os “relançamentos especiais”, como *box sets*, edições comemorativas ampliadas, versões *deluxe*, entre outros. Acreditamos que esse tipo de artefato tenta expandir as convenções do álbum acrescentando ao produto uma série de atrativos “extras”, como mais informações sobre os artistas e profissionais envolvidos, detalhes técnicos e históricos de determinada produção, fotografias etc. Tais objetos são voltados mais claramente para fãs e colecionadores. Muitas vezes com embalagens chamativas, de certa imponência material, esse tipo de produto costuma também custar mais caro que suas versões simples, evidenciando o valor econômico-cultural de determinada obra. Por exemplo, a edição *deluxe* do terceiro álbum de estúdio da cantora e compositora norte-americana Fiona Apple, denominado *The idler wheel...*, vem em um livro com as letras das músicas impressas em sua caligrafia, um DVD com cinco faixas ao vivo, um pôster e dois cartões postais com fotos da artista. A mesma estratégia repercute com artistas brasileiros. A banda KLB, formada pelo trio de irmãos Kiko, Leandro e Bruno Finato Scornavacca, lançou em 2011 uma edição especial do álbum *3D* que, além do encarte e do CD, continha um DVD com dois clipes tanto em versão “2D” quanto “3D” e dois óculos especiais para assistir aos videoclipes em três dimensões.

---

<sup>79</sup> Tradução do autor para: “The fact that the CD has the album all on one track is frustrating at times, but one has to get a kick out of Prince’s sentiment: This was the closest the Purple One ever came to a concept album and he was clearly passionate about listeners taking it in as one giant whole. [...] I could get on the traditional tip and attempt to describe each track, but hey – there’s only one track! One track. One *LoveSexy*. One Prince”.

<sup>80</sup> Fonte: <https://en.wikipedia.org/wiki/Lovesexy>. Último acesso em: 15 set. 2015.

De acordo com relatório publicado pela IFPI em 2012, o mercado físico vem “gravitando, em particular, na direção de produtos *deluxe* ou pacotes com merchandising e ingressos para shows” (IFPI, 2012, p. 17–18). Segundo o mesmo documento,

as equipes que desenvolvem conjuntos super *deluxe* criam produtos que refletem a qualidade da música que eles contêm. Eles frequentemente trazem trabalhos gráficos de alta qualidade, fotos raras, ensaios do artista e outras memorabilia, assim como a música em si. Muitos *box sets* contêm gravações adicionais que nunca haviam sido lançadas, dando aos fãs um conhecimento sobre como alguns dos maiores corpos de trabalho [no original, *body of works*] foram colocados juntos. [...] Artistas são frequentemente entusiastas da produção de *box sets*, os quais dão a eles uma plataforma para explicar como eles reuniram a gravação original e contextualizar o relançamento. Tais relançamentos também podem oferecer um estímulo às carreiras em curso dos artistas<sup>81</sup>.

Sobre o lançamento da caixa comemorativa do Pink Floyd, evidenciando o aspecto material de tais produtos, o executivo da EMI Music UK Peter Duckworth especulou: “eu acho que estes tipos de relançamentos continuarão no futuro mesmo que o mercado *mainstream* se transforme cada vez mais em digital. Fãs apaixonados de grandes artistas sempre vão querer algo para segurar e amar” (IFPI, 2012, p. 21).

Não é possível falar que é apenas a questão financeira que orienta tais relançamentos especiais; há um caráter afetivo e quase pedagogizante que não deve ser descartado. Tais produtos, afinal, são destinados ao fã que trata as músicas de seus artistas como algo além das músicas em si, uma vez que há uma série de “extras” nesses conjuntos que ressoam emocionalmente com o público. Ao mesmo tempo, há também a ideia de que “grandes trabalhos” de “grandes artistas” merecem um tratamento especial. Por isso, talvez, muitos desses relançamentos ganhem contornos de objetos destinados a serem exibidos e colecionados, ao mesmo tempo que criam e reforçam um cânone. Ainda que CDs, discos de vinil, fitas cassete – e, por que não, MP3s – também possam ser colecionados, conjuntos como esses apontam para uma imponência material maior, distanciando-os de “simples” produtos fonográficos e aproximando-os de uma ideia de “obra de arte” para ser contemplada, reverenciada, exibida e possuída.

Se por um lado a relação entre a microinformática e o CD parece desestabilizar o álbum, por outro, há também diversas estratégias industriais de preservar a inviolabilidade do

---

<sup>81</sup> Tradução do autor para: “The teams that develop super deluxe box sets create products that reflect the quality of the music they contain. They often feature high-quality artwork, rare photographs, essays from the artist and other memorabilia, as well as the music itself. Many box sets contain additional recordings that were never originally released, giving fans an insight into how some of the greatest bodies of work were put together. [...] Artists are often enthusiastic about the production of box sets, which give them a platform to explain how they put the original recording together and to contextualize the release. Such releases can also offer a stimulus to artist’s ongoing careers.”

álbum. Desse conjunto, destacamos as tecnologias de proteção contra cópias. O objetivo imediato desse controle é o de frear a cópia de CDs, tanto para o computador pessoal quanto para o abastecimento de mercados piratas. Ainda que a motivação pareça ser primeiramente de ordem financeira – evitar que as pessoas copiem os discos ou comprem versões não-autorizadas, obrigando-as a adquirir o produto original – ao mesmo tempo, elas apontam para uma tentativa de preservação da obra. Afinal, um CD que não pode ser copiado para o computador, vai, de alguma forma, resguardar aspectos de ordem paratextual e material que o tornam um álbum: seja a embalagem, seja o suporte em si, seja a sequência de faixas na ordem em que se propõe ser escutada. É importante notar também que essa é uma dentre as várias investidas da indústria da música de regular os usos feitos com seus produtos.

Apesar desse investimento, as tecnologias de proteção à cópia mostraram poucos sinais de funcionamento uma vez que não só usuários buscaram o tempo todo formas de corromper esse tipo de trava para fazer o que bem entendessem, como gravadoras venderam CDs que não funcionavam de forma eficiente e, em alguns casos, até danificaram aparelhos de reprodução. Em um caso notório<sup>82</sup>, a Sony-BMG fez um *recall* de milhares de CDs porque o *software* de proteção à cópia agia como um *spyware*<sup>83</sup> nos computadores dos usuários. Na época, estimou-se um prejuízo de US\$ 6,5 milhões. Outra ocorrência desse tipo, comentada por Dibbell (2004, p. 283), é o lançamento do CD *A New Day Has Come*, da cantora canadense Celine Dion:

Os fãs de Celine Dion tiveram um vislumbre disso no início de 2002, quando o álbum apropriadamente intitulado *A New Day Has Come* [*Um Novo Dia Chegou*] estreou como um dos primeiros CDs digitalmente trancados no mercado. Desenvolvido para não funcionar em HDs de computador, o CD também travou muitos computadores onde ele foi executado – um efeito colateral não intencional, claro, mas não muito mais invasivo do que a formas que a indústria espera sim controlar as mecânicas do consumo digital<sup>84</sup>.

---

<sup>82</sup> “Sony BMG recalls copy protected CDs”. **Billboard**. 18 nov. 2005. Disponível em: <http://www.billboard.com/articles/news/60609/sony-bmg-recalls-copy-protected-cds>. Último acesso em: 8 abr. 2015.

<sup>83</sup> *Spywares* são programas automáticos instalados em computadores, normalmente sem consentimento explícito do usuário, que recolhem e enviam informações como hábitos de navegação e dados pessoais para terceiros.

<sup>84</sup> Tradução: “Celine Dion fans got a glimpse of it in early 2002, when the singer’s aptly titled album *A New Day Has Come* debuted as one of the first digitally locked-down CDs on the market. Designed not to function in hard drives, the CD also crashed many computers in which it was tried – an unintended side effect, surely, but not a lot more invasive than the ways the industry *does* hope to control the mechanics of digital consumption.”

Outro tipo de produto que parece ampliar as convenções do álbum são os *Enhanced CDs*. Nos anos 1990, com a crescente interlocução entre o computador e o CD de áudio, desenvolveu-se esse formato que aproveitaria a potencialidade do CD tanto em um aparelho de som comum quanto em um computador. Em linhas gerais, o *Enhanced CD* foi desenvolvido para oferecer experiências multimidiáticas quando o ouvinte colocava o CD para rodar no computador (GILLEN, 1995), sendo Bob Dylan um dos precursores desse formato (CONROY e EHRLICH, 1996). Além das músicas, o *Enhanced CD* continha um programa que dava acesso, por exemplo, a vídeos, letras de música e fotos, de forma que o CD apresentava-se como algo além das músicas que ele continha. Um artigo publicado na *Entertainment Weekly*<sup>85</sup> destaca os principais pontos da tecnologia: “nos dias dourados do negócio musical – digamos, dois anos atrás – um CD era só sobre *som*. Agora uma nova tecnologia promete derrubar qualquer parede ainda de pé entre música, filmes e computadores, transformando CDs simples em algo tão retrô quanto vinil”. Ainda que o formato tenha experimentado um relativo sucesso, o custo operacional e problemas de compatibilidade<sup>86</sup> entre *software* e *hardware* frearam sua popularidade.

Théberge (1997, p. 253) fala dos lançamentos musicais em CD-ROM e CD-I (Compact Disc Interactive), mencionando artistas como David Bowie, Peter Gabriel e Todd Rundgren, que “oferecem aos consumidores um conjunto de opções para não somente acessar certos tipos de material (texto, som ou imagem) mas, em algumas instâncias, moldar e rearranjar esse material também.” Além disso, o autor chama a atenção para o fato de que esse tipo de produto coloca em questão tanto a ideia de uma escuta “passiva”, quanto “a integridade do trabalho musical e reivindicações de autoria e originalidade”<sup>87</sup>.

Sobre esse formato, podemos destacar dois pontos. O primeiro deles diz respeito às possibilidades de expandir os elementos paratextuais do álbum. No *Enhanced CD*, vídeos, animações, menus e conteúdos extras fazem parte do “pacote” que configura o álbum. Nesse caso, além da lista de faixas, do encarte, da capa, das informações técnicas, há mais elementos que devem ser levados em consideração. Ainda que vídeos e músicas possam ser consumidos

---

<sup>85</sup> “Enhanced CDs hits stores”. **Entertainment Weekly**. Disponível em: <http://www.ew.com/article/1995/10/13/enhanced-cds-hit-stores>. Último acesso em: 8 abr. 2015

<sup>86</sup> “The compatibility conundrum”. **Billboard**. 17 ago. 1996. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=wQcEAAAAMBAJ&lpg=PA83&ots=eaqFkud5A5&dq=enhanced%20cds%20billboard&hl=pt-BR&pg=PA85#v=onepage&q=enhanced%20cds%20billboard&f=false>. Último acesso: 8 abr. 2015.

<sup>87</sup> Aqui, Théberge refere-se especificamente à versão CD-I do álbum *No World Order*, de Todd Rundgren, que oferecia mecanismos para ouvintes “manipularem” e “remontarem” diversos elementos das músicas.

separadamente, o suporte os une para uma experiência de escuta musical mais complexa. O segundo diz respeito à uma sensação de falsa novidade. Álbuns, da maneira como os vemos, sempre foram objetos “interativos” de uma certa forma, ainda que o termo não pareça apropriado a “CDs simples” ou discos de vinil. Afinal, o álbum é um convite à manipulação, ao movimento, seja no folhear do encarte, no acompanhamento das letras, ou na possibilidade de escutar música enquanto o ouvinte deixa-se ser absorvido por imagens e textos, integrando música a elementos não-sonoros para uma experiência musical complexa.

Para finalizar essa discussão, cabe retomar a ideia de que, mais do que reconhecer que o CD traz problemas para o álbum da forma como ele se consolidou na “era do LP”, é fundamental nos dirigirmos às estratégias de persistência do formato, pois elas mostram o quanto ele ainda oferece um modelo organizador da cultura da música.

### 2.3 A “crise” do álbum no MP3: contexto e estratégias de persistência

O MP3 não é o único tipo de arquivo de áudio digital, mas, de fato, foi o que se tornou mais popular<sup>88</sup>. Ainda que Sterne (2012) ressalte que a indústria da música demorou a perceber o potencial de distribuição online, Jones (2003) pontua que, em 1999, as grandes gravadoras já começavam a abraçar a ideia do MP3. Como exemplo, cita o *The Farm Club*, do Universal Music Group<sup>89</sup> e o *Entertainment*, da Time Warner<sup>90</sup>. Ou seja, na virada para os anos 2000, já começavam a surgir iniciativas de comercialização do MP3, ainda sua viabilidade comercial a longo prazo estivesse incerta. A história do desenvolvimento dessa tecnologia já foi contada inúmeras vezes e, não cabe aqui retomá-la, a não ser pontualmente afim de inseri-la na discussão. Por ora, vale recuperar a fala Sterne (2012, p. 195) quando o autor afirma que

---

<sup>88</sup> Além do MP3, outras “extensões” populares de arquivos de áudio circulam no ambiente digital, com suas particularidades em termos de compressão e codificação, como a WMA – criada pela Microsoft – e a AAC – de propriedade da Apple. Para fins do nosso argumento, vamos nos concentrar no MP3 entendendo que ele representa esse universo de uma maneira geral.

<sup>89</sup> O selo *Farm Club*, fundado em 1999 fazia a mediação entre artistas, representantes da indústria da música e fãs. Artistas disponibilizavam suas músicas e competiam por um contrato. Mais informações em: <http://www.universalmusic.com/jimmy-and-dougs-farm-club-creates-a-worldwide-record-label-for-the-digital-age/>. Último acesso em: 5 out. 2015.

<sup>90</sup> Criado pelo conglomerado midiático Time Warner, o portal online *Entertainment* oferecia conteúdo produzido pelo estúdio cinematográfico Warner Bros., a revista *Entertainment Weekly* e o Warner Music Group, além de empresas externas. A receita do site no primeiro ano viria de anúncios e da venda de produtos pela internet. Estava nos planos também cobrar os usuários por conteúdo do tipo *pay-per-view*. Mais informações: <http://www.wsj.com/articles/SB943401990934055170>. Último acesso em: 5 de out. 2015.

o MP3 é, contudo, outro em uma longa linha de formatos de armazenamento que, com o auxílio de outro equipamento, permite que gravações sejam manejadas e reproduzidas. A diferença é que o MP3 concede ao áudio circular em formas que, de outra maneira, não poderia. Ele pega as temporalidades das gravações e as sujeita a um novo conjunto de caminhos possíveis de circulação<sup>91</sup>.

Pensar o problema do álbum no MP3 requer uma tomada de direção que considere sua complexidade nos debates sobre tecnologia, materialidade da música e usos culturais. Assim, compartilhamos com Sterne (2011, 2012) e Pereira de Sá (2007) a perspectiva que trata o MP3 como um “artefato cultural”. Ou seja: “um constructo que produz um conjunto de relações sociais e materiais específicas” (PEREIRA DE SÁ, 2007, p. 129). Esse caminho nos permite articular o “conjunto de *affordances*” (STERNE, 2012) do MP3 com os usos empreendidos pelos diversos agentes da cultura da música, sejam eles ouvintes, artistas ou distribuidores.

Ainda que o MP3 sugira uma escuta que favoreça *singles* ao invés de álbuns e que a embalagem “desapareça” no ambiente digital, uma série de exemplos, os quais trabalharemos adiante, mostra um cenário mais complexo. Nosso recorte apresenta casos que tratam o álbum como um “pacote completo” e privilegiam as *convenções simbólico-materiais* do formato, mesmo que apontem para outras direções, mais conectadas com as especificidades dessa tecnologia e com as possibilidades oferecidas pela cultura digital.

Alcançando grande popularidade nos anos 1990, o MP3 parece ter ampliado os problemas enfrentados pelo álbum no CD. E como tal, também identificamos uma série de tentativas de persistência do formato. No MP3, os aspectos materiais fundantes do álbum enquanto um formato cultural parecem ter sido limados da experiência de escuta, uma vez que o ambiente online seria menos propício para a acoplagem de tais elementos ao consumo musical. Por um lado, se a “imaterialidade” da música no contexto das novas tecnologias da informação e da comunicação parece apontar para o fim das convenções do álbum, por outro, percebemos reconfigurações que continuam a ordenar boa parte das experiências de produção, distribuição e escuta. Além disso, precisamos considerar também a crescente imbricação entre a materialidade dos dispositivos de reprodução e a música digital.

O problema do álbum no MP3 pode ser desdobrado em diversas frentes: no usuário, no artista e nos canais de distribuição. No caso dos ouvintes, como aponta Waddell (2009, p.

---

<sup>91</sup> Tradução do autor para: “The MP3 is yet another in a long line of storage formats that, with the aid of other equipment, allow recordings to be managed and played back. The difference is that the MP3 allows for audio to circulate in ways that it otherwise couldn’t. It takes the temporalities of recording and subjects them to a new set of possible paths”.

73, grifo nosso), “não mais consumidores são *forçados* a comprar álbuns inteiros para ouvir aquela música que eles gostam [...]”. Tal hipótese salienta o surgimento de um novo padrão de consumo, onde a escuta de *singles* seria privilegiada em contraponto à escuta em álbuns (KATZ, 2004; VICENTE, 2008; CARVALHO E RIOS, 2009).

No trecho a seguir, Shuker (1994, p. 65) retoma essa questão para pensar a complicada relação entre o MP3 e o álbum:

Tem havido um grande debate sobre as implicações econômicas e culturais dessa nova tecnologia. Para os consumidores, o MP3 garante acesso a uma grande variedade de música, boa parte dela gratuitamente, e eles podem seletivamente compilar suas próprias coleções de música ao combinar várias faixas sem ter que comprar álbuns inteiros<sup>92</sup>.

Pensando sobre a “escuta no ciberespaço”, Katz (2004, p. 163) faz uma série de perguntas para entender o momento atual a partir da perspectiva do ouvinte, tais como: “usuários de MP3s pensam sobre música de forma diferente por conta de seu uso da tecnologia? Quais são as ramificações éticas e legais de escutar no ciberespaço?” No decorrer da discussão, o autor levanta diversos pontos relevantes para pensar não só as diferenças entre a música que circula em CD e aquela que é distribuída em MP3, como também a especificidade das práticas de escuta e consumo nesses suportes.

O primeiro desses pontos trata do tipo de controle e restrição aplicados a eles. Enquanto o CD está mais sujeito a um controle físico, como código de barras, etiqueta de preço, invólucro de plástico etc., o MP3 passa por outro tipo de processo para que as empresas de tecnologia e de música detenham o controle sobre seus arquivos, como encriptação, marcas d’água digitais, prazo de expiração, entre outros. Com o objetivo de frear o compartilhando irrestrito de músicas, vale lembrar que essas práticas de controle e restrição ao acesso e à produção de cópias obtiveram pouco sucesso, uma vez que, rapidamente, usuários e desenvolvedores de *software* criavam formas de burlar tais impedimentos técnicos.

Outra categoria interessante para pensar a escuta de MP3 é a ideia de “fluxo”. McCourt (2005, p. 249) pontua que: “enquanto que LPs e CDs permitem ao usuário determinar seu fluxo, o trabalho como um todo deve inicialmente ser engatado nos termos do criador. Com um iPod, o fluxo é determinado exclusivamente pelo usuário”. Uma das convenções que ajudam a enquadrar o álbum de música enquanto um produto singular na

---

<sup>92</sup> Tradução do autor para: “There has been enormous debate over the economic and cultural implications of this new technology. For consumers, MP3 enables access to a great variety of music, most of it free, and they can selectively compile their own collections of songs by combining various tracks without having to purchase entire albums.”

cultura da música trata-se da ordem das faixas. Ainda que não necessariamente um CD, uma fita ou um disco de vinil será escutado na sequência em que as elas estão dispostas, essas tecnologias de reprodução circunscrevem o conjunto de faixas e indicam um ordenamento. Em tocadores de música digital, como o iPod, ainda que tal circunscrição aconteça, ela parece mais difusa e com mais pontos de fuga.

Na perspectiva dos criadores da música, há casos onde o modelo de negócios predominante do MP3 – a venda de música unitariamente – parece causar certo incômodo. Artistas como Kid Rock e Jay-Z já mostraram-se veementemente contra esse modelo ao sugerir que a venda de músicas separadas do conjunto do álbum seria uma violação de sua obra. Na ocasião do lançamento de seu álbum *American Gangster* (2007), o rapper Jay-Z fez um boicote ao iTunes: “como filmes não são vendidos cena a cena, esta coleção não será vendida como canções individuais”<sup>93</sup>. No lado dos distribuidores, há também o peso econômico do álbum, que traria mais retorno financeiro ao ser vendido de forma completa, mesmo no ambiente digital<sup>94</sup>.

Cabe também comentar o outro lado de tais posicionamentos, onde a venda de música por unidade pode se mostrar proveitosa. Como pontua Vicente (2008, p. 11–12), ao ajudar na promoção de determinado artista, o *single* pode acabar gerando interesse pela obra mais completa. Assim, os ouvintes poderiam ir atrás, seja em redes de compartilhamento, em lojas virtuais ou físicas, de mais informações sobre o álbum e até mesmo outras produções de determinado músico. Entretanto, como mostra ainda o autor, esse caminho pode se mostrar mais produtivo para artistas consagrados, uma vez que sua imagem e produção já são familiares ao público. No caso de músicos iniciantes, o processo pode não ser tão proveitoso, uma vez que “haverão menos elementos para a fixação do seu nome ou para uma visão mais abrangente do seu trabalho e concepções artísticas”.

Com essas discussões no horizonte da investigação, não acreditamos que o MP3 “ameaça” o álbum. Em primeiro lugar, precisamos recuperar as *affordances* e as convenções do formato para perceber que não é o MP3 que supostamente prejudicaria o álbum e, sim, os usos feitos dele a partir de suas possibilidades e limitações. Tomando o MP3 como um

---

<sup>93</sup> “Album-loving artists blame iTunes for changed music tastes”. **Ars Technica**, 28 ago. 2008. Disponível em: <<http://arstechnica.com/uncategorized/2008/08/album-loving-artists-blame-itunes-for-changed-music-tastes/>>. Último acesso em: 5 out. 2015.

<sup>94</sup> “More artists steer clear of iTunes”. **The Wall Street Journal**, 28 ago. 2008. Disponível em: <http://www.wsj.com/articles/SB121987440206377643>. Último acesso em: 5 out. 2015.

artefato cultural, propomos aqui pensar o álbum de música para além de sua fisicalidade. Como pensar, então, em um álbum no suporte MP3?

Existem diversos exemplos de como as convenções do álbum são retomadas no MP3 e em reprodutores desse formato. Dentre eles, destacamos as *tags* ID3, que possibilitam ao usuário fazer “anotações” dentro do próprio arquivo. De forma frequente, MP3s são vistos como um arquivo de áudio digital que não privilegia as informações paratextuais da música – ou do álbum. Resolvendo esse problema, a etiqueta ID3, cuja primeira versão foi criada em 1996, adiciona um pedaço de dados ao arquivo – metadados – possibilitando que se acrescente informações ao MP3. Essa *tag* é compatível com uma série de *softwares*, como iTunes, Winamp, Windows Media Player e VLC, e *hardwares*, como celulares e reprodutores de áudio digital, como o iPod<sup>95</sup>. As *tags* ID3 tornaram possível cadastrar dentro do arquivo informações como: nome do artista/ banda, nome do álbum, nome da faixa, posição da faixa no álbum, capa do álbum, ano de lançamento, gênero musical, letras e comentários, entre outros. De fato, essa tecnologia não substitui a tangibilidade dos suportes físicos, mas viabiliza formas de organização e indexação de coleções musicais no formato MP3. Com os dados mencionados preenchidos, o usuário pode organizar as faixas em determinado tocador pelo nome do artista, pelo nome do álbum etc. Inclusive, diversos tocadores permitem ao ouvinte modos de visualização que privilegiam elementos imagéticos, como a capa do álbum. Defendemos, portanto, que por meio dessa tecnologia, é possível retomar as *convenções simbólico-materiais* do álbum. As informações que podem ser inscritas no arquivo através dela dão ao MP3 mais complexidade, transformando-o em um conjunto de dados que aponta para critérios de organização, ordem e informações de caráter paratextual.

Retomar práticas de colecionismo no ambiente digital também ajudam a problematizar a questão do álbum nesse contexto. Em primeiro lugar, é preciso perguntar: o que é um colecionador de música? Que critérios e comportamentos estão envolvidos no ato? Shuker (2004) objetiva pensar essa categoria de ouvinte para além do estereótipo retratado no livro *Alta Fidelidade*, do autor inglês Nick Hornby. Shuker pontua que colecionadores de música apresentam uma série de traços como: “uma paixão por música; comportamento obsessivo-compulsivo; acumulação e completismo; seletividade e discriminação; e autoditância e escolaridade” (SHUKER, 2004, p. 311–313). Ressalta ainda o autor que o ato de colecionar música está associado a um conjunto de práticas, objetos e localismos, tais como a publicação de revistas, livros e guias especializados; a própria indústria da música, que

---

<sup>95</sup> Para descrição mais detalhada e informações técnicas das tags ID3, acessar <http://id3.org/>.

direciona uma série de produtos para colecionadores e “locais dedicados de aquisição”, por exemplo, feiras, lojas de segunda mão, leilões etc. Frith (1996, p. 237), categoriza o colecionador de música através de outros atributos. Para o autor, o colecionador possui comportamentos que se assemelham a um “viajante” ou a um “antropólogo”, “reunindo músicas de outras pessoas”; de arquivista, “traçando linhagens, genealogias e números de catálogo” e também de “investidor”, “em busca do singular, do raro, da primeira prensagem”. Como essas qualidades seriam recuperadas no ambiente digital? É possível pensar em uma coleção de álbuns em suportes digitais?

Katz (2004) chama a atenção de que, dado o fato de hoje ser possível transportar coleções inteiras de música em pequenos objetos. No entanto, como o autor argumenta posteriormente, “uma coleção é feita para ser exibida e tem um impacto visual que confere um grau de expertise ao seu dono. Nessa direção, a coleção perde um pouco de seu apelo quando os objetos que se buscam são tão facilmente obtidos” (KATZ, 2004, p. 171). A questão que nos interessa aqui é: partindo do princípio de que MP3s podem ser colecionados, como podemos ampliar nosso entendimento de uma coleção musical? Como os critérios levantados acima por Shuker e Frith podem ser retomados para pensar a especificidade do colecionador e da coleção de música no ambiente digital?

A exposição parece ser um dos principais critérios que caracterizam uma coleção. Ainda que o MP3 não seja exibido da mesma forma que uma coleção de CDs ou de discos de vinil, ele também pode ser inserido em um circuito de visibilidade. Em programas de compartilhamento *peer-to-peer* (P2P)<sup>96</sup>, por exemplo, é comum que o usuário deixe sua coleção de músicas à mostra para que outras pessoas adquiram os arquivos para si. Inclusive, a reciprocidade chega a ser um pressuposto básico em algumas comunidades de compartilhamento de música (BEEKHUYZEN e HELLENS, 2009). Mesmo não se tratando de uma coleção em sentido mais tradicional, podemos expandir nosso entendimento do termo para dar conta de outras práticas de colecionismo que ultrapassam a fisicalidade dos suportes de reprodução musical. Como vimos acima, as *tags* ID3 também dão apoio a práticas de colecionismo no ambiente digital, uma vez que oferecem critérios de organização, indexação e visualidade aos arquivos no computador ou *software* de reprodução do colecionador.

Complexificando a ideia de coleção de música no contexto da cibercultura, Reynolds (2011a, p. 90) pontua que: “o desejo do colecionador de verdade é se manter no estado de

---

<sup>96</sup> Redes de distribuição do tipo *peer-to-peer* (ou par-a-par) operam de uma forma que faz com que os usuários do sistema sejam clientes e “servidores”. Assim, podem enviar e receber arquivos um dos outros, sem a intermediação de uma hospedagem central (ALEXANDER, 2002).

ânsia constante”. Para o autor, por conta das novas tecnologias, a prática de colecionismo musical tornou-se uma atividade *mainstream* a partir dos anos 2000. E isso teria alterado sensivelmente uma certa atitude dos colecionadores de música. Se antes, o colecionador era aquele que buscava “alguma coisa que mais ninguém tem”, o compartilhamento de música desloca o vetor da exclusividade para o acesso irrestrito a determinada obra. Reynolds pontua ainda que: “ainda que ele anule o colecionismo de música em um sentido tradicional, o iPod representa a definitiva extensão de sua mentalidade: a compulsão para caçar, armazenar e reorganizar interminavelmente” (REYNOLDS, 2011a, p. 116).

Em seu trabalho sobre o MP3, Sterne (2012, p. 231) flexibiliza a ideia de coleção no caso dos MP3s ao ressaltar sua mobilidade e flexibilidade. “Isto ressoa bem com a forma mais distribuída que as coleções de música agora possuem. Onde as pessoas uma vez tinham uma coleção que se movia em pedaços, agora conjuntos maiores ou até mesmo a coisa toda tornou-se móvel”. Em nenhum outro lugar a ideia de uma coleção de música digital ganha tanta complexidade quanto em certos blogs de MP3. Segundo O’Donnell e McClung (2008, p. 72)

blogs de MP3 abordam o compartilhamento de música online de forma muito diferente em relação ao Napster e a outros serviços gratuitos que o sucederam. Estes blogs frequentemente contêm música de novos artistas e músicas do passado difíceis de serem encontradas, e eles encorajam usuários a comprar álbuns (CDs completos) se eles [os usuários] gostam do que ouvem. Estes blogs podem borrar a linha da legalidade, mas oferecem chances únicas de marketing para músicos e suas gravadoras<sup>97</sup>.

Em diversos casos, como nota Nogueira (2011), blogs de MP3s disponibilizam junto ao download da música, o encarte de determinado álbum em formatos digitais como o PDF. Fazendo um estudo mais específico, Fullerton e Rarey (2012) investigam a “blogosfera” de música brasileira, onde colecionadores de discos de vinil – principalmente de obras da bossa-nova – criam blogs para compartilhar itens de sua coleção em formato digital. Tratando diretamente da transposição da materialidade do objeto físico para o ambiente online, pontuam os autores que “mesmo na internet, contudo, a materialidade dos álbuns não é ignorada, e os colecionadores esforçam-se para transmitir alguns aspectos da presença física do álbum naquilo que denominamos ‘*materialidade virtual*’” (FULLERTON e RAREY, 2012, p. 2, grifo nosso). O argumento principal dos autores é que os objetos “desmaterializados” ainda possuem aspectos da sua fisicalidade e “indexicalidade” que

---

<sup>97</sup> Tradução do autor para: “MP3 blogs approach online music sharing very differently than Napster and the other free services that followed. The blogs often contain music from new artists or hard-to-find songs from the past, and they encourage users to purchase albums (full-length CDs if they like what they hear). These blogs may blur the legality line but offer unique marketing chances for musicians and their record companies”.

apontam para uma existência material. O termo “materialidade virtual” – com toda a carga simbólica da ideia de “virtual” que não será trabalhada aqui – recorta a indivisibilidade da música, mesmo em MP3, de seus referentes e formas materiais. Nas palavras dos autores:

ele [o termo “materialidade virtual”] aponta para um signo indicial através de referências à história cultural ou da coleção pessoal de seu dono; e ela nunca é totalmente separada de sua forma material, particularmente à medida que retém uma relação próxima ao imaginário de sua presença física original – uma que é frequentemente apontada na direção dos próprios colecionadores de música que publicam e disseminam suas coleções<sup>98</sup>.

Neste trabalho, insistimos que o formato álbum, mesmo apesar dos desafios apresentados pela cibercultura, continua a organizar a cultura da música. Antes de finalizar, gostaríamos de apresentar e discutir três exemplos que, não só usaram de forma interessante as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias, como negociaram a persistência do álbum por meio de outras convenções.

O primeiro caso é o da banda inglesa Radiohead que, em 2007 lançou o sétimo disco da carreira, *In Rainbows*, de forma independente e inaugurando o modelo “pague-o-quanto quiser”. Esse exemplo já foi extensivamente documentado e, por conta disso, não cabe aqui fazer uma apresentação exaustiva, mas sim trazer questões para a nossa discussão. Após o fim do contrato com a EMI, os músicos aproveitaram a liberdade criativa e gerencial para planejar o lançamento do novo trabalho de forma diferente do que vinha sendo feito até então. *In Rainbows* possui três versões levadas a público, cada uma em data diferente. A primeira versão, digital, foi lançada em outubro de 2007 através de um site criado pela banda onde os usuários poderiam decidir o preço a pagar pelo trabalho. A segunda tratava-se de um *box set* no valor de £40, que estava em pré-venda junto com a primeira versão, mas só seria enviada aos compradores oficialmente no mês seguinte. O pacote *deluxe*, de tiragem limitada, abarcava um disco de vinil duplo e dois CDs de *In Rainbows* com mais conteúdo musical do que a versão oferecida somente em formato digital. Por fim, em janeiro do ano seguinte foi lançado o CD da primeira versão do álbum que, antes, era exclusivamente digital. Para o nosso debate, interessa menos o *In Rainbows* em si do que a discussão suscitada pela banda ao problematizar os modelos de negócio tradicionais da indústria musical ao deixar que o público decidisse quanto pagaria pelo álbum.

---

<sup>98</sup> Tradução do autor para: “It points to an indexical sign through references to the cultural or personal collection history of its owner; and it is also never fully separated from its material form, particularly as it retains a close relationship to the imagery of its original physical presence – one that is frequently gestured towards by the very music collectors who post and disseminate their collections”.

Segundo o grupo de pesquisas online *comScore*, uma boa parcela dos 1,2 milhão de visitantes no site em outubro baixou o álbum. Ainda que, segundo a mesma pesquisa, apenas duas em cada cinco pessoas pagaram algo pelo álbum, a banda conseguiu arrecadar em média US\$ 2,26 por álbum – “mais do que o Radiohead teria conseguido em um acordo tradicional com uma gravadora” (BINELLI, 2008). Estima-se que a banda tenha arrecadado algo em torno de £4,8 milhões por 1,2 milhão de downloads. No entanto, a banda não divulgou nenhum número oficial sobre a arrecadação com as vendas de *In Rainbows* (MORROW, 2009). Segundo uma pesquisa realizada na Inglaterra com cinco mil fãs da banda que baixaram o álbum, mais de um quarto pagou nada ou 1 centavo de libra pelo produto; mais da metade pagou até £10, e algumas poucas pessoas pagaram £99 – valor máximo que poderia ser pago pelo *download* através do site (MILLS, 2009). Conjectura-se também que a estratégia tenha sido motivada por uma questão financeira. Uma vez que a arrecadação da banda através da venda de discos vinha caindo nos trabalhos anteriores a *In Rainbows*, cortar os intermediários da equação e levar o álbum direto para o público seria uma forma de ficar com 100% da venda (GILL, 2007). Ainda que a banda tenha mantido o lançamento de álbuns, Yorke também questionou a liberdade em lançar músicas não atreladas a esse formato, como pontua em entrevista para a *Rolling Stone*: “com a coisa do download eu adoraria só lançar singles, talvez antes de sairmos em turnê” (BINELLI, 2008).

No auge dos debates acerca da reconfiguração dos modelos de negócio da indústria da música e da suposta crise do formato álbum, o Radiohead mostrou que há caminhos na cibercultura para mostrar o valor do produto. Baixando de graça ou pagando por ele, o público parecia querer adquirir um álbum do Radiohead, pois entende ele sob certos critérios que justificariam adquirir o pacote completo ao invés de somente uma ou outra faixa – sem esquecer, claro, que a reputação da banda, consolidada através de um contrato duradouro com uma grande gravadora cumpriu um papel fundamental para o bom funcionamento dessa estratégia.

No final de 2007, Thom Yorke deu uma entrevista para o também músico David Byrne (WIRED, 2007), onde se posiciona mais claramente sobre as razões por trás da decisão em lançar o álbum dessa maneira. Conta ele que a ideia foi do empresário Cliff Hufford e, até o último momento, os membros da banda o questionavam se aquela era realmente uma boa estratégia. Apesar disso, seguiram em frente com o plano. Na conversa com David Byrne, Thom Yorke faz uma ressalva importante: “Não era niilista, implicando que música não valia nada. Era o total oposto. E as pessoas absorveram da forma que era pra ser. Talvez isso seja apenas as pessoas tendo um pouco de fé no que estamos fazendo”.

Adiante, Byrne confessa que:

Eu tenho me perguntado: Por que lançar essas coisas – CDs, álbuns? A resposta que me veio é, bem, às vezes é artisticamente viável. Não é somente uma coleção aleatória de músicas. Algumas vezes as músicas tem um fio comum, mesmo que não seja óbvio ou até mesmo consciente da parte do artista. Talvez é porque todo mundo está pensando musicalmente da mesma forma por aqueles poucos meses”.

Em seguida, Byrne toca no ponto dos custos de se gravar uma música, pois uma vez que a equipe está reunida no estúdio para gravar, faz sentido gravar mais do que uma faixa. Entretanto, Thom Yorke completa com uma interessante provocação: “Sim, mas a outra coisa é o que esse conjunto pode fazer. *As músicas podem ampliar umas às outras se vocês as coloca na ordem certa*”. Esse caso e, especialmente a conversa entre os dois músicos, mostra que o álbum ainda é um parâmetro organizador importante na cultura da música e não apenas por uma questão de ordem econômica.

Outro caso interessante é o da banda inglesa de rock Kaiser Chiefs. Em meados de 2011, os músicos lançaram o álbum *The Future Is Medieval* através de uma ação promocional denominada “faça o seu próprio álbum” (*make your own album*)<sup>99</sup>. Além do álbum “oficial”, com 13 faixas, os fãs da banda poderiam comprar versões de *The Future Is Medieval* criadas por eles mesmos. A mecânica funcionava da seguinte maneira: no site do Kaiser Chiefs estavam disponíveis 20 faixas gravadas pela banda. Pelo preço de £7,50, o comprador do álbum escolhia 10 faixas do grupo e montava sua versão do trabalho. Além disso, era possível também criar uma nova capa para o conjunto customizado. As versões personalizadas poderiam também ser revendidas. Para cada venda dessas versões, o criador ficava com £1.

Essa ação é significativa por diversos motivos. Primeiramente, aponta para características de personalização e customização, categorias que, como vimos, são fundamentais para entender o consumo de música na cibercultura. Em segundo lugar, aproxima o fã do processo criativo quando a banda cede a ele poder de decisão sobre o produto artístico – não mais imposto pela gravadora ou pelos criadores, mas negociado com os consumidores de música – elegendo-os à função de co-criadores. Nessa direção, também mexe com o circuito pré-estabelecido da indústria fonográfica, onde o consumidor de música não é “apenas” o ouvinte, mas também criador e vendedor de música. Por fim, a ação “crie o seu próprio álbum” também nos urge a ampliar nosso entendimento do formato uma vez que ele deixa de ser um “pacote fechado”, cuja capa, a ordem determinada das faixas e o conteúdo

---

<sup>99</sup> “Kaiser Chiefs drop ‘make your own’ album”. *Spin*, 3 jun. 2011. Disponível em: <http://www.spin.com/2011/06/kaiser-chiefs-drop-make-your-own-album/>. Último acesso em: 5 out. 2015.

musical em si são flexibilizados para se transformar num “pacote em construção”. Aqui, *The Future Is Medieval* não é restrito apenas pelas categorias que temos trabalhado, mas abarca um conceito mais amplo, onde o álbum ganha certa elasticidade, mas ainda assim possui critérios de circunscrição, tais como a comercialização exclusivamente feita através do site da banda, o título do álbum, que permanece o mesmo e a seleção de músicas que precisa estar dentro de um conjunto determinado de faixas.

Fechando com um último exemplo, temos o “álbum visual” da popstar norte-americana Beyoncé, lançado em 2013. O quinto álbum de sua carreira solo, que leva o seu nome, sugerindo um apelo pessoal grande nesse trabalho, foi lançado em 13 de dezembro sem qualquer ação promocional prévia. No dia em questão, a cantora anunciou pelas redes sociais que seu novo álbum já estava à venda exclusivamente pela loja do iTunes. *Beyoncé* vinha com 14 faixas musicais e 17 videoclipes. Em release divulgado para a imprensa, Beyoncé comenta sem muitos detalhes sobre a estratégia surpresa e a decisão de acoplar músicas e videoclipes em um mesmo produto. Diz a cantora que “estava ‘entediada’ em lançar música da forma tradicional”<sup>100</sup>. No documentário disponível no YouTube<sup>101</sup>, conta que

Eu sinto que agora mesmo as pessoas experimentam a música de forma diferente [...]. Eu sinto falta daquela experiência imersiva. Agora as pessoas escutam apenas poucos segundos de uma canção em seus iPods. Elas não investem realmente no álbum completo. É tudo sobre o *single* e o *hype*. Tem tanto que fica entre a música e o artista e os fãs. [...] Eu queria fazer este corpo de trabalho. E eu acho que é algo que está perdido na música pop. Eu queria que as pessoas escutassem as coisas de forma diferente e tivessem uma primeira impressão diferente. Não apenas escutarem um trecho de 10 segundos mas realmente serem capazes de ver a visão completa do álbum. Foi importante que fizéssemos isso como um filme; nós fizemos disso uma experiência<sup>102</sup>.

Como conta Todd Tourso, diretor criativo de *Beyoncé*, é importante ter em vista que vídeos e músicas, nesse caso, foram feitos para andar juntos. Ao contrário do que normalmente acontece, em mais de uma ocasião a música precisou ser ajustada para se

---

<sup>100</sup> “Beyoncé puts surprise album on iTunes”. **BBC News**, 13 dez. 2013. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-25362941>. Último acesso em: 5 out. 2015.

<sup>101</sup> Vídeo: “*Self-Titled*”: Part 1. *The Visual Album*. Disponível em: <https://youtu.be/IcN6Ke2V-rQ>. Último acesso em 12 ago. 2015.

<sup>102</sup> Tradução do autor para: “I feel like right now people experience music differently [...]. I miss that imersive experience. Now people only listen to a few seconds of a song on their iPods. They don’t really invest in the whole album. It’s all about the single, and the hype. It’s so much that gets between the music and the artist and the fans. [...] I wanted to make this body of work. And I feel like it’s something that’s lost in pop music. I wanted people to hear things differently and have a different first impression. Not listen to just a 10 seconds clip but actually being able to see the whole vision of the album. It was important that we made this a movie; we made this an experience.”

adaptar ao vídeo. Algumas das faixas, inclusive, foram compostas enquanto a equipe trabalhava nos conceitos dos vídeos<sup>103</sup>. Em termos de impacto comercial, nas primeiras três horas, o álbum vendeu 80 mil cópias e ficou em primeiro lugar em 100 países. Inclusive questionou-se se a estratégia e a concepção artística em *Beyoncé* poderia se tornar um novo padrão comercial. Como aponta uma análise no *Journal of Musical Things*<sup>104</sup>,

o próprio álbum não é sobre os *hits*; é sobre o pacote como um todo. As canções não são todas explosivas, mas são todas faixas realmente sólidas. [...] Essa coisa é feita para ser experimentada de cima a baixo e faz uma grande afirmação tanto sobre a presença atual de Beyoncé no pop quanto ao estado da música hoje. [...] Se essa coisa pegar e outros artistas começarem a oferecer a seus fãs algo a mais para acompanhar a música, algo que seja uma experiência, eles podem começar a comprar o pacote completo de novo<sup>105</sup>.

Os três exemplos apresentados acima trazem uma série de questões para refinarmos o debate acerca da permanência do formato álbum frente aos desafios apresentados pela cultura digital. A primeira delas é a ideia do “pacote completo”. Ainda que com certa dose de flexibilização no exemplo do Kaiser Chiefs, por trás dos três lançamentos havia a ideia de uma reunião de elementos organizando a escuta musical: seja a capa, o conjunto de faixas e, principalmente, pelo menos em um primeiro momento, a comercialização do conjunto total e não através de músicas em separado. Nesse sentido, a fala de Beyoncé é emblemática, uma vez que o que está em jogo para a artista é justamente “desafiar” as práticas de escuta e promocionais contemporâneas, oferecendo às pessoas a possibilidade de escutarem seu trabalho de outra forma; em suas palavras, de terem a “visão completa do álbum”. Em uma perspectiva mais mercadológica, também é importante notar que os três exemplos contestam formas mais ou menos institucionalizadas de se vender um trabalho musical: o Radiohead deixou que o público decidisse quanto pagar pelo álbum; Kaiser Chief remunerou o fã que “revendeu” o disco personalizado e Beyoncé lançou o trabalho sem qualquer ação promocional prévia, acoplando videoclipes e músicas.

---

<sup>103</sup> “Beyoncé’s creative director Todd Tourso on her new album and keeping secrets”. **Vulture**, 18 dez. 2013. Disponível em: <http://www.vulture.com/2013/12/creative-director-todd-tourso-on-beyonc.html>. Último acesso em: 5 out. 2015.

<sup>104</sup> “Could Beyoncé’s visual album become the new commercial standard?”. **A journal of musical things**, 16 dez. 2013. Disponível em: <http://ajournalofmusicalthings.com/beyonces-visual-album-become-new-commercial-standard/>. Último acesso em: 5 out. 2015.

<sup>105</sup> Tradução do autor para: “the album itself isn’t about the hit singles; it’s about the package as a whole. The songs aren’t all bangers but they are all really solid tracks. [...] This thing is meant to be experienced from top to bottom and it makes a huge statement about both Beyoncé’s presence in pop right now and the state of music today. [...] If this thing catches on and other artists start to offer their fans something more to accompany the music, something experiential, they might just start buying the whole package again”.

*In Rainbows*, *The Future Is Medieval* e *Beyoncé* apontam diretamente para o que Pine e Gilmore (1998) entendem como “economia da experiência”, uma tendência crescente na indústria da música. No contexto dos festivais de música independente, Herschmann (2010, p. 300) ressalta que “assiste-se hoje a um processo de valorização das ‘experiências’. Elas são ‘potentes’, mesmo estando inseridas em uma sociedade espetacularizada (e marcada pela lógica/ dinâmica do entretenimento)”. Vale a pena, então, voltar a uma das perguntas centrais desse trabalho: em se tratando de um cenário onde a música é fácil e gratuitamente adquirida, o que faria os ouvintes pagarem por ela? Colocando de forma mais específica: por que se engajar com o álbum completo ao invés de poucas músicas, aquelas que realmente nos chamam a atenção?

Talvez, a ideia da “experiência” seja uma chave importante para responder essas questões. Essa direção comporta a tendência da indústria, dos criadores e dos mediadores em oferecer “algo além” da música em si. No caso do Radiohead, esse “algo além” foi cortar os intermediários tradicionais e oferecer o álbum diretamente aos ouvintes, deixando que eles decidissem o preço. Já em *Beyoncé*, a experiência contou com o fator surpresa – tanto fãs quanto veículos de comunicação foram surpreendidos no dia 13 de dezembro de 2013, quando a própria artista anunciou o lançamento do disco –, o fato do álbum não ser somente a coleção de músicas, mas de músicas e vídeos, e a percepção de que fãs estavam tendo acesso à visão particular da cantora sobre seu álbum através dos vídeos publicados no site YouTube.

Pine e Gilmore (1998, online) propõem o termo “economia da experiência”, entendendo que: “inquestionavelmente, consumidores desejam experiências, e cada vez mais negócios estão respondendo explicitamente ao desenvolvê-las e promovê-las”. Para os autores, “uma experiência ocorre quando uma empresa intencionalmente usa serviços como o palco e bens como acessórios para engajar consumidores individuais de forma que se crie um evento memorável”. Um ponto significativo trabalhado pelos autores é a importância em se nomear uma experiência. Nos três casos mencionados acima, as experiências foram especificamente intituladas – pelos criadores ou pela imprensa – de uma maneira que já precisavam sua singularidade: “pague o quanto quiser”; “crie seu próprio álbum” e “álbum visual”. Tal estratégia parece ter sido fundamental para recortar o tipo de experiência de que estava se falando e para marcar determinada ação como pioneira midiaticamente.

\* \* \*

Ao longo deste trabalho temos tentado mostrar que o álbum de música é uma imbricação entre formato cultural e tecnologias de reprodução sonora, atentando especificamente para questões de ordem material. O disco de vinil pode ter consolidado aquilo que convencionamos chamar de álbum musical. Tecnologias subsequentes, especialmente o CD e o MP3, permitiram que as *convenções simbólico-materiais* do álbum fossem experimentadas de outra forma, para além de um sentido mais tradicional e, mais importante, ampliando o que entendemos por um “álbum de música”. No caso da música digital, como lembra Katz (2004, p. 187) “MP3 e P2P são influentes não porque eles são bons ou ruins, mas porque eles oferecem formas radicalmente novas para experimentar e disseminar música”. E, nesse percurso, precisamos considerar como essas “novas formas” reorganizam as *convenções simbólico-materiais* do álbum de música.

LADO B

ESTUDOS DE CASO

### Faixa 3

#### Song Reader

“Cada era encontra algo novo para retornar; coisas que pareciam antiquadas dão um jeito de voltar em novas formas e revelar aspectos que talvez não tenhamos notado antes. Acho que há algo humano na partitura, algo que não depende da tecnologia para facilitá-la – é uma maneira de abrir a música para o que alguém é capaz de trazer para ela.”

*Beck, no prefácio de Song Reader.*

Hoje, consumimos música mediados por uma variedade crescente de tecnologias de reprodução e canais de distribuição. Discos de vinil convivem com MP3s, CDs e fita cassete, cada um deles competindo por atenção e prestígio formando um mercado fonográfico complexo, conjugando um modo de escutar “analógico” com o “digital”. Serviços de *streaming*, sites de redes sociais e dispositivos móveis fazem circular uma quantidade cada vez maior de música. São diversos os exemplos que procuram atrelar o circuito da música – da produção ao consumo – às possibilidades e desafios postos pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Neste capítulo, trataremos pontualmente de um deles: o *songbook Song Reader*, lançado pelo músico norte-americano Beck.

Beck David Campbell – que, depois, mudou seu último nome para Hansen – é conhecido principalmente pelo primeiro nome somente: Beck. Vindo de uma família de artistas, Beck ingressou na carreira musical no início da vida adulta, tocando em lugares pequenos na cidade de Los Angeles. Nos primeiros anos da década de 1990, compôs e lançou “Loser”, primeiro *single* do álbum *Mellow Gold*, que repercutiu bastante midiaticamente, levando o artista para rádios, canais de televisão, publicações musicais e circuitos de premiação como o BRIT Awards, Grammys e VMA Awards, da MTV. Até hoje a faixa reverbera em listas das mais variadas, sendo incluída na compilação das “500 Melhores Músicas de Todos os Tempos” da revista *Rolling Stone*<sup>106</sup> e na “Top 200 Faixas dos Anos

---

<sup>106</sup> Na lista de 500 músicas, “Loser” aparece na posição 203. “500 Greatest Songs of All Time”. Disponível em: <http://www.rollingstone.com/music/lists/the-500-greatest-songs-of-all-time-20110407/beck-loser-20110527>. Último acesso em: 12 jan. 2016.

1990”, do site *Pitchfork*<sup>107</sup>. Associado a uma vertente mais artística e *avant-garde* do pop e do rock, Beck continua a alcançar sucesso comercial e crítico, sendo considerado um dos músicos mais importantes de sua geração, flertando com diferentes estilos musicais como folk, funk, soul, hip-hop, pop e rock.

Em 2012, após diversos álbuns, participações em canções e trabalhos de outros músicos e trilhas sonoras, Beck lançou *Song Reader*, um livro de partituras que traz vinte composições inéditas do artista. Segundo Beck, o projeto, que já figurava como um desejo do músico desde o início dos anos 1990, começou a ser desenvolvido em 2004, mas só tomou forma efetivamente anos depois. As peças musicais foram compostas principalmente para vocais, piano e violão; algumas possuem acordes para ukulele em substituição ao violão e duas são instrumentais. Como veremos detalhadamente adiante, a obra vai além da notação musical em si. O projeto gráfico foi pensado para dar coesão às músicas e faz uma homenagem sincera e bem-humorada à indústria de publicações musicais que floresceu no século XIX, cujo modo de funcionamento, confecção e distribuição dos produtos oferece a base da indústria fonográfica. Lançado pela editora norte-americana McSweeney’s, o livro conta com a participação de dezenas de artistas gráficos que desenvolveram ilustrações originais para acompanhar as composições de Beck.

*Song Reader* é um convite à participação, uma vez que para escutar o álbum é preciso tocá-lo – literalmente; ou pelo menos ouvir alguém executando as canções. Acompanhando o livro, foi posto no ar o site *songreader.net*, uma página colaborativa que abriga centenas de gravações em áudio e vídeo, de músicos amadores e profissionais, que quiseram compartilhar suas próprias versões das músicas de *Song Reader* com outras pessoas ao redor do mundo.

Primeiramente, vale a pergunta: *Song Reader* é um álbum? Afinal, as músicas em si, elemento principal do formato, não fazem parte do pacote. Ao contrário disso, são disponibilizadas ao público indicações de como elas deveriam soar, no formato partitura. Entendemos que, mais interessante do que responder diretamente a essa pergunta é observar os tensionamentos que o trabalho traz. Em uma época onde músicas são facilmente adquiridas em uma variedade crescente de suportes, Beck parece retornar a um momento onde a escuta de música requeria o esforço de aprender, ensaiar e tocar músicas através de partituras. Antes da gravação, como salienta Frith (2001, p. 29), a “primeira revolução em armazenamento musical foi a combinação entre notação e impressão”. Esse processo, de acordo com o autor,

---

<sup>107</sup> Na página, “Loser” aparece na 9ª posição. “The Top 200 Tracks of the 1990s”. Disponível em: <http://pitchfork.com/features/staff-lists/7853-the-top-200-tracks-of-the-1990s-20-01/2/>. Último acesso em: 12 jan. 2016.

traz um efeito imediato importante: a emergência de novos agentes no circuito da música. O primeiro deles seria o compositor que, não mais precisando subir ao palco, poderia separar a composição da performance. A segunda figura importante é a do editor, responsável por levar a música do compositor para o mercado. Um outro ponto relevante a ser notado é o fato de que, mais do que pedaços de papel com notação musical, o modo de apresentação das partituras retomado por Beck é aquele aprimorado e explorado no auge do período onde a partitura era o principal produto da nascente indústria da música. Tal modo de apresentação entendia partituras como um pacote comunicativo onde tão importante quanto a notação musical em si eram as cores chamativas, ilustrações, capas e contracapas adornadas que cumpriam a função não só de proteger a música, mas também de chamar a atenção do público consumidor. Nessa direção, ao invés de tentarmos responder se *Song Reader* é um álbum ou não, preferimos tomar o caminho contrário e observar nos tensionamentos trazidos pelo objeto, indicações de como as convenções simbólico-materiais do álbum musical já apareciam, em primeiro lugar, nas partituras postas em circulação desde o século XIX e, em segundo, como essas questões são trabalhadas na obra de Beck.

Sendo assim, dividimos este capítulo em três partes. Na primeira, fazemos uma discussão sobre as tensões entre registros musicais escritos – a partitura – e os gravados. O objetivo é buscar relações entre os dois eixos e aprofundar o debate acerca do status da produção, circulação e do consumo musical em partituras que será retomado por Beck. Em seguida, trazemos o *songbook* do músico para a frente do debate apresentando detalhes sobre a obra através de críticas, entrevistas, descrição e analisando-o à luz das categorias mapeadas nos capítulos anteriores. Finalmente, apresentamos e discutimos o site *songreader.net*, especialmente sua articulação com a plataforma de vídeos YouTube, sugerindo que ele é uma ampliação da experiência de consumo do álbum lançado no formato de livro de partituras ao inseri-lo no contexto da “cultura participativa”.

### **3.1 Tensões entre registros musicais escritos e gravados**

Como vimos anteriormente, Attali (1985) aponta que, antes de ser comercializada, a música pertencia a uma outra ordem de produção e outra rede de significado, a “sacrificial”. Para que ela pudesse ser algo passível de troca monetária, era preciso, primeiramente, que se atribuísse um valor ao trabalho de criação e interpretação musicais (ATTALI, 1985, p. 51). Quando começa a se pagar para ouvir música, entramos no estágio denominado pelo autor

como rede de “representação”. Nessa fase, a impressão passa a cumprir um papel fundamental ao transformar a música em um novo objeto, a partitura impressa, ampliando a esfera de circulação das obras e o público consumidor desse produto. De acordo com o autor, no século XIX editores e compositores usavam músicos de rua para vender as obras que saíam das prensas. Eles iam às casas das pessoas e ofereciam livros onde letras e partituras vocais eram impressas. Assim, a “representação” passava a ser uma tática de venda, décadas antes das primeiras gravações que configurariam a rede de “repetição”.

Os primeiros aparelhos de reprodução sonora, como o fonógrafo e o gramofone, criaram outras formas de relacionamento com a música. Enquanto as partituras armazenavam os textos, os novos formatos estocavam, registravam e reproduziam as performances. Essa importante particularidade traz uma nova questão: se o performer era a única via de acesso aos sons, a gravação retira desses sujeitos a exclusividade da execução musical, criando uma relação tanto de complementaridade quanto de competição, uma vez que “a performance se transforma no mostruário para a gravação” (1985, p. 84).

Aos poucos, a própria natureza da música muda: o imprevisto e os riscos da representação desaparecem na repetição. A nova estética da performance exclui erro, hesitação, barulho. Ela congela o trabalho do festival e do espetáculo; ela o reconstrói formalmente, manipula, transforma em perfeição abstrata. Gradualmente, essa visão leva as pessoas a esquecerem que música já foi barulho de fundo e uma forma de vida, hesitação e balbúcio (ATTALI, 1985, p. 106)<sup>108</sup>.

O desenvolvimento de suportes e aparelhos de reprodução sonora ajudam a contar a história da indústria fonográfica. Cada uma dessas tecnologias vai configurar diferentes imbricamentos entre os diversos agentes no circuito musical, como artistas, compositores, editores e o público. Como Negus (1999) aponta, o comércio de partituras impressas fundou muitas das práticas de trabalho da indústria da música. A gravação, por sua vez, transportou a própria performance para a casa dos ouvintes na conexão entre cilindros e discos com, respectivamente, fonógrafos e gramofones.

Pensando as tensões entre a música notada e a gravada, Chanan (1995) ressalta que nenhum sistema de notação musical será completo. Afinal, detalhes diversos, de natureza mais sutil ou espontânea, são difíceis de traduzir na partitura. Para o autor, “o avanço da

---

<sup>108</sup> Tradução do autor para: “Little by little, the very nature of music changes: the unforeseen and the risks of representation disappear in repetition. The new aesthetic of performance excludes error, hesitation, noise. It freezes the work out of festival and the spectacle; it reconstructs it formally, manipulates it, makes it abstract perfection. This vision gradually leads people to forget that music was once background noise and a form of life, hesitation and stammering.”

notação teve o efeito de forçar o texto musical em um tipo peculiar de camisa de força – invisível e bastante elástica – na qual muitos desses elementos eram rebaixados ou reprimidos” (CHANAN, 1995, p. 11). Nesse sentido, a gravação pode ser mais completa ao incorporar nos suportes de reprodução musical certas escolhas de interpretação e sutilezas sonoras difíceis de serem apresentadas no suporte da partitura, o papel.

De fato, as técnicas de gravação desencadearam uma série de consequências, sentidas tanto econômica quanto esteticamente (CHANAN, 1995). Por isso, a gravação possui efeitos paradoxais. Se por um lado ela fica presa, tirando a espontaneidade da performance, por outro, encoraja a imitação – efeitos que possuem diferentes aspectos em áreas distintas. No caso do jazz, a gravação foi fundamental para a sua difusão, servindo como fonte de treinamento para diversos músicos. No caso da música pop, o autor afirma que ela torna-se um fim em si mesma, pois quando as partituras deixaram de ser a principal forma de distribuição desse tipo de música, as gravações passam a ser dominantes nas esferas de circulação. Já no caso da música clássica, o autor aponta para o surgimento da categoria “gravação histórica”, onde “as qualidades de determinada performance são, de maneira geral, mais importantes do que aquilo que é tocado” (CHANAN, 1995, p. 18). Em todos os casos, o ponto de Chanan é que as gravações transportam a performance para quem não está em contato com ela, “ao vivo”. Ou seja, os registros sonoros documentam menos a peça, no sentido da partitura, e mais a performance em si. Além disso, a gravação também passou a servir como material de pesquisa (NASCIMENTO, 2004; ROSS, 2009), retirando a exclusividade do papel como material de pesquisa.

Como aponta Nascimento (2004, p. 2, ênfase no original), a partitura foi por muito tempo o meio exclusivo para registro e difusão de trabalhos musicais, lembrando que a música “não está *na* partitura”; ao invés disso, ela funciona como “um roteiro bem detalhado do que deve soar à audiência [...]”. Assim, a partitura como um suporte de registro musical levanta uma importante questão: o tensionamento entre o que está escrito e o que é tocado. Entre essas duas esferas há um espaço que deve ser preenchido pelo intérprete. Por mais sinalizada que seja a notação musical, é o intérprete quem vai decodificar os sinais em sons e, no processo, inserir novos elementos ao texto musical, não passíveis de serem traduzidos no papel da partitura.

Baia (2011) também aponta uma série de questões que a partitura levanta sobre a noção de registro musical. Em primeiro lugar, o que ela registraria não seria a música em si, mas “ideias musicais”, ordenadas em um “sistema simbólico”. Processualmente, as ideias musicais viriam antes da escrita na partitura. Entretanto, ainda que a partitura estructure formas

de escrita musical no suporte, também cria brechas para que novas formas de registro musical sejam feitas. De acordo com o autor, “o sistema de notação teria se aperfeiçoado ao longo do tempo conforme novas exigências foram se impondo pelo desenvolvimento das formas de estruturação do material musical.” Adiante, o autor aponta a complexidade entre notação e produção musical: “na história da música ocidental, o desenvolvimento do sistema de notação foi abrindo novas possibilidades para a criação sonora ao mesmo tempo em que o desenvolvimento da estruturação musical implicava novos desafios para a escritura. Assim, a história da música no Ocidente é indissociável da elaboração do sistema de notação”.

Garofalo (1999, p. 319) divide a história da indústria da música em três fases. As “casas de publicação de música” seriam representativas da primeira delas, destacando as instituições que “ocupavam o centro de poder da indústria quando as partituras eram o veículo primário para disseminar música popular”. As “empresas de gravação” entram no segundo período, apontando para a centralidade da música gravada no mercado fonográfico. Por fim, a terceira etapa é caracterizada por “corporações de entretenimento transnacionais, as quais promovem música como uma série em constante expansão de ‘fluxos de receita’ – venda de discos, receitas de publicidade, articulações com filmes, transmissão de áudio na Internet – não mais ligada a um suporte sonoro específico”. Em seu trabalho, Garofalo (1999, p. 321) destaca a importância da Tin Pan Alley, área na cidade de Nova Iorque, nos Estados Unidos, que abrigava uma quantidade cada vez maior de editoras de música do fim do século XIX até a 2ª Guerra Mundial. Nas palavras do autor, a “Tin Pan Alley antecipou muitas das práticas do negócio da música em anos posteriores – e, portanto, fornece o modelo mais claro de como os negócios seriam conduzidos”.

No contexto norte-americano, Dinneen (1944) explica que a publicação de partituras teve início já na década de 1760. Somente ao fim do século que um número mais expressivo de comerciantes se firmaram em centros urbanos maiores. Centrando sua reflexão no caso da música clássica, Botstein (2007, p. 172) destaca a prosperidade comercial no setor de instrumentos musicais (principalmente o piano), ingressos para concertos e partituras antes do advento da música gravada. Nesse cenário de expansão do mercado de impressão musical, como destaca Lima (2015, p. 28), os editores de partituras tornam-se “os primeiros empresários da indústria da música”. A virada do século XVIII para o XIX registra um aumento considerável na circulação de música impressa, indicando o nascimento de uma cultura musical massiva, conjugando avanços tecnológicos com ambições empresariais (WEBER, 1994). Dois fatores ajudam a fortalecer a nascente indústria da música centrada nas partituras. O primeiro deles é o foco nos músicos amadores como o principal público desse

tipo de produto. Como lembra Davis (2003, p. 31), no início do século XX, ainda não havia TV ou rádio – a “música era o entretenimento da era”. Muitas casas possuíam pianos e, em vista disso, partituras eram um produto comum em circulação. O segundo é o emprego de uma série de táticas para chamar a atenção do público consumidor, desde o uso da litografia até a aplicação de ilustrações e cores. Claro que, como o próprio Weber pontua, a cultura massiva a qual ele se refere não possui a mesma dimensão do alcance da indústria fonográfica contemporânea. Entretanto, é interessante perceber como há uma série de indícios de um mercado massivo em potencial.

De acordo com Barnes-Ostrander (1982), os principais locais onde se desempenhavam atividades musicais eram a igreja, o teatro e o espaço doméstico. Como aponta Bruhn (2003, p. 260), “a disponibilidade de partituras, folhetos de shows e relatos jornalísticos de performances públicas nos fornecem valiosas informações a respeito da vida musical do século XIX na América”. Um caminho, então, para entender a penetração de partituras impressas no cotidiano de músicos amadores é observar as coleções privadas de peças musicais e as relações que os consumidores estabeleciam com elas. Antes dos primeiros aparelhos de reprodução sonora, a música existia primordialmente como um passatempo caseiro ou como um ritual público bastante elaborado (CAVICCHI, 2007). Em sua pesquisa sobre as origens do *fandom*<sup>109</sup> de música nos Estados Unidos do século XIX, Cavicchi aponta que a performance amadora de peças musicais era uma maneira de manter a experiência musical viva, findo o concerto.

Enquanto as idas aos concertos cultivavam comportamentos e valores que eram diferentes daqueles cultivados pelos intérpretes amadores, as duas expressões de musicalidade tendiam a se reforçar mutuamente: aqueles que iam aos concertos, frequentemente, voltavam-se para o piano para reproduzir as peças que escutaram; e intérpretes amadores encontravam-se atraídos, enquanto membros da audiência, para a virtuosidade do palco profissional (CAVICCHI, 2007, p. 242)<sup>110</sup>.

---

<sup>109</sup> *Fandom*, geralmente, indica o conjunto de atividades desenvolvidas e produtos gerados por consumidores engajados em torno de um objeto midiático. Mesmo reconhecendo que o termo “fã” começa a se popularizar no início do século XX com a cultura de massas, Cavicchi (2007, p. 242) ressalta que “há evidências de práticas típicas de fãs participando na mercantilização do lazer urbano no Ocidente desde antes de 1900, incluindo os leitores de livros produzidos massivamente, amantes de ópera, frequentadores de teatros e membros de clubes fraternais de baseball”.

<sup>110</sup> Tradução do autor para: “While concert going cultivated behaviors and values that were diferente than those held by amateur performers, the two expressions of musicality tended to reinforce one another: concertgoers often turned to the piano to reproduce de pieces they had heard and amateur performers found themselves drawn, as audience members, to the virtuosity of the professional stage.”

O autor mostra que nos programas dos concertos havia anúncios de venda de partituras, “divulgando ‘traduções completas’ de peças escutadas aquela noite”. Percebe-se que já nesse momento havia uma tentativa de convocar o ouvinte a participar do circuito musical de uma maneira complexa. Afinal, esse tipo de propaganda não supõe que público seja composto por sujeitos que “apenas” escutam música. Ao contrário, oferece outras maneiras dele se conectar com artistas e orquestras do palco ao apontar para uma aparente vontade dele também de ser um intérprete, ainda que em espaços fora das salas de concerto e demais lugares oficiais para a performance musical profissional.

Especificando o tipo de partitura que trataremos aqui, Braitman (2009, p. 12) salienta que elas consistem de “geralmente, uma folha grande dobrada em quatro páginas, às vezes com uma folha adicional dentro, dependendo da duração da música”. Tentando construir uma definição do termo *sheet music*, Elliker (1999, p. 838) explica que a expressão “pode ter se desenvolvido como uma forma de diferenciar ‘música’ que incluía notação musical impressa da ‘música’ composta somente de palavras impressas”. Longe de ser um produto estático, conta o autor que desde o seu desenvolvimento, as partituras comercializadas variaram em tamanho, tipo de material usado, técnica de impressão e formas de apresentação. Em seu trabalho, o autor destaca também as mudanças pelas quais passou o formato ao longo do tempo:

Edições do fim do século XVIII geralmente empregavam somente os títulos. À medida que o século XIX progredia, as partituras adquiriram páginas para os títulos, estas páginas para os títulos adquiriram ilustrações, as ilustrações, por sua vez, adquiriram cores (aplicadas primeiro à mão, depois através de cromolitografia), e mais tarde, fotografia fez sua contribuição para a ilustração da página-título. Apesar dessas variações, os objetos resultantes ainda eram consideradas ‘partituras’, e o termo permaneceu em uso geral através de cada mudança<sup>111</sup> (ELLIKER, 1999, p. 850).

Tomando uma outra direção, Boxstael (2014, p. 286) oferece uma interessante reflexão acerca das partituras:

[A] partitura é um produto maduro para exibir notação musical, que tem crescido ao longo de centenas de anos. Isto resultou em um produto muito consistente e confiável. Partituras podem ser editadas em muitos formatos diferentes, indo de uma peça individual para uma canção popular ou uma coleção de obras por um artista ou

---

<sup>111</sup> Tradução do autor para: “Late-eighteenth-century issues generally employed caption titles only. As the nineteenth-century progressed, sheet music acquired title pages, these title pages acquired illustrations, the illustrations in turn acquired color (applied by hand at first, then by chromolithography), and later, photography made its contribution to title-page illustration. Despite these variations, the objects that resulted were still considered ‘sheet music’, and that term remained in general use through each change”.

banda. Ela é uma forma de notar o som que ajuda a aprender aspectos da música os quais não são sempre óbvios na escuta. A partitura não é somente usada como prescrição, mas também como uma espécie de caderno de esboços no qual o músico escreve marcas pessoais, composições mais novas ou adaptações específicas<sup>112</sup>.

Indo dos anos 1890 ao fim da primeira metade do século seguinte, Goldmark (2007) se aprofunda detalhadamente nas práticas comerciais empreendidas pelas empresas de publicação de partituras no contexto norte-americano mostrando as estratégias de “criação do desejo por um produto”. Destrinchando esses objetos, o autor observa que, além da notação musical em si, as partituras editadas na Tin Pan Alley, em sua época mais prolífica, continham anúncios, referências a outras canções e fotografias, entre outros, com o objetivo de captar a atenção do público consumidor. Afinal, “a história da partitura envolve tanto a história do fazer musical – onde o consumidor transforma-se no performer, ao invés de simplesmente um ouvinte – quanto a história do consumo de música” (GOLDMARK, 2007, p. 198).

Dentre os elementos da partitura trabalhados pelo autor, destacamos especialmente a capa e a contracapa. Além de conter ilustrações, título e outros elementos textuais referentes à música, as capas muitas vezes eram usadas estrategicamente para estimular o consumo, por exemplo, atrelando a promoção da peça a um performer específico. Conta o autor que editores enviavam partituras impressas para as cidades onde músicos se apresentariam para serem comercializadas em estabelecimentos locais. Em muitos casos, havia também um espaço vazio na capa, onde o nome e a foto da estrela atual poderiam ser incorporados e, assim, vincular a imagem de um músico a uma partitura, chamando a atenção do público. Sobre a contracapa, Goldmark explica que elas frequentemente eram usadas como uma vitrine publicitária, promovendo outras músicas, artistas e compositores, através de trechos de partituras, fotografias, acordes e letras, acompanhados de um slogan encorajando os consumidores a buscarem esses outros produtos.

Kholodkov (1989, p. 71), destacando o “potencial publicitário” desses artefatos, aponta que as capas de partituras musicais – denominadas *music covers* pelo autor – eram algo entre trabalhos de *book design* e pôsteres, propagandas e folhetos de shows. Outra característica importante das capas de partituras – assim como capas de discos – é que elas

---

<sup>112</sup> Tradução do autor para: “Sheet music is a mature product to display music notation which has grown over hundreds of years. This has resulted in a very consistent and reliable product. Sheet music can be issued in many different formats, ranging from an individual piece for a popular song, or as collection of works by and artist or band. It is a way of notating sound which helps to learn aspects of music which are not Always obvious from listening. Sheet music is not only used as presprition, but also as a sort of sketch book in which the musician writes down personal marks, newer compositions or specific adptations”.

podem também ser vistas como espaço para tecer conexões entre a música, passagens históricas e reflexos da vida social e cultural de uma população (TEFERTILLAR, 1999; KHOLODKOV, 1989).

No cenário nacional, mais especificamente no Rio de Janeiro, Souza (2013, p. 178) pontua que no mercado de impressão musical da cidade no século XIX, a comercialização de partituras dividia-se entre diversos tipos de produtos, como álbuns, ramalhetes e coleções: “coletâneas de partituras contendo modinhas, lundus, polcas e outros gêneros musicais, muitos deles lançados nos palcos teatrais [...]”. Utilizando capas de partituras musicais como objeto de sua reflexão, a autora busca relações “entre história, música e política no Brasil” voltando-se para algumas das estratégias empregadas por editores de partituras na cidade na segunda metade do século XIX com o objetivo de atingir o público consumidor. Tais estratégias consideravam não somente os lucros potenciais advindos com a impressão musical, como também a possibilidade de desencadear debates políticos em torno de questões fundamentais do cotidiano. No que diz respeito à expansão da circulação de partituras na época, Souza (2013, p. 184) conta que:

Na medida em que o mercado musical do Rio de Janeiro foi se expandindo e a música passou a ser cada vez mais vista como mercadoria, este campo se transformou num espaço de confronto entre editores, que disputavam palmo a palmo o público consumidor. Neste movimento, algumas estratégias passaram a ser postas em prática. De uma delas nos dão conta as capas das coletâneas de partituras de canções de sucessos da época. Os editores Buschmann e Guimarães parecem ter sido os primeiros a investirem neste setor, modernizando as capas das partituras que imprimiram, nelas utilizando a técnica da litografia, no que foram seguidos por outros editores de música.

De acordo com Leme (2004), é na década de 1820 que começam a aparecer no Rio de Janeiro publicações musicais, como métodos de ensino e partituras. A conjugação de dois campos artísticos foi fundamental nesse processo:

Um deles era o da arte exercida por profissionais chamados na época de ‘abridores de metais’ ou dos ‘litógrafos’, capazes de gravar qualquer tipo de desenho nas superfícies de chapas de metal ou de pedra, fazendo com que tais chapas se tornassem matrizes para posteriores cópias. [...] O outro campo artístico obviamente era o da música. Os comerciantes de música em geral (professores de música ou instrumentistas atuantes que também comercializavam instrumentos e obras musicais impressas), estabelecidos em seus ‘armazéns’, pouco a pouco iam se associando a esses profissionais da gravura, solicitando que seus estabelecimentos imprimissem determinadas obras (LEME, 2004, p. 3).

Essa trajetória ajuda-nos a traçar paralelos entre a indústria de editoração de partituras e a fonográfica. Em ambas, um conjunto complexo de decisões estratégicas passa a orientar

sua consolidação e ampliação, desde a forma de apresentação da capa, a redação dos textos publicitários na parte de trás, o uso de técnicas de impressão e a vinculação entre performers e músicas. Nesse sentido, entendemos que o artefato em si é construído como um veículo comunicativo, onde o que está em jogo não é somente promover um produto específico, mas inseri-lo em um rede que entrelaça outras músicas, artistas, lojas e editoras. Uma diferença crucial, entretanto, é o tipo de consumidor de cada tipo de produto. Enquanto as partituras impressas são voltadas, principalmente, para o público que executa música, de forma amadora ou profissional, através da notação musical, as gravações pressupõem um outro modelo de consumo, onde a música é executada através de aparelhos de reprodução e não por meio de instrumentos. Goldmark (2007, p. 223, grifo nosso) ressalta outras conexões entre registros musicais escritos e gravados. Por exemplo, a ideia de que ambos começaram suas trajetórias com informações básicas impressas nos produtos, tais como o nome do compositor e a editora. Como o tempo,

o que tinha sido simplesmente um meio de transporte para a música – seja um meio para a performance (música notada) ou a própria performance (uma gravação) – tornou-se *um objeto de desejo em seus próprios méritos*. [...] Partituras e gravações não mais eram métodos de distribuição para a música, mas pacotes completos, uma abordagem totalmente padronizada e racionalizada para, simultaneamente, fornecer e atizar a demanda para mais música<sup>113</sup>.

Hoje, partituras já deixaram de ser uma força economicamente lucrativa na indústria da música (BOTSTEIN, 1994), entretanto, ainda permanecem como fonte de interesse em certos nichos e são valorizadas – monetária e afetivamente – por colecionadores (TEFERTILLAR, 1999). Elliker (1999, p. 854), adotando uma perspectiva saudosista, relaciona a queda no interesse em partituras a partir da segunda metade do século XX com o crescente “analfabetismo musical”, auxiliado pela ampliação da circulação da música gravada. Para o autor, “[...] interpretações de partituras de canções populares tornaram-se meras sombras de suas performances gravadas, transmitindo pouco mais do que tênues letras e melodias”. No contexto da cultura digital, Baer (2013, online) destaca que “[...] aqueles de nós que aprenderam música da forma antiga devem considerar, apesar do nosso amor por gravação e produção digital, o futuro de uma cultura na qual o interesse e habilidade para ler notação musical parece estar se enfraquecendo”.

---

<sup>113</sup> Tradução do autor para: “What had simply been a conveyance for music – either a means to a performance (notated music) or the performance itself (a recording) – became an object on its own merits. [...] Sheet music and records were no longer delivery methods for music as much as they were entire packages, a thoroughly standardized and streamlined approach to simultaneously providing and stoking the demand for more music”.

Se, por um lado, ao tornar a música gravada facilmente acessível, a cultura digital tenderia a esvaziar ainda mais o interesse pela partitura, por outro, vemos surgir uma série de projetos que buscam integrar a leitura, o comércio, o uso e o próprio formato de apresentação das partituras às possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias da informação e da comunicação através de aplicativos, *sites* ou dispositivos especializados (SULLIVAN, 2010; BAER, 2013; BOXTAEL, 2014; LIMA, 2015). Ou seja, não são apenas os canais de comercialização e acesso à partitura que vêm sendo repensados, mas a própria partitura como um veículo expressivo de criação e circulação musical. Fundada em 1997, a empresa Sheet Music Direct – *sheetmusicdirect.com* –, é uma representante importante desse cenário, oferecendo um catálogo expressivo de partituras online. Outra forma de aquisição é através do aplicativo, que adapta a loja online para os dispositivos móveis. O programa Chromatik – *chromatik.com* – também é outro exemplo de iniciativa que reconfigura tanto o acesso quanto a experiência de tocar música através de partituras, integrando vídeos e oferecendo ao usuário a possibilidade de gravar e compartilhar suas performances com outros membros da comunidade. Nesse cenário, surge também um conjunto de novas questões relacionadas ao direito autoral. Como ressalta Field (2001), é fundamental que a indústria de editoração musical e vendedores desses produtos enfrentem a questão dos direitos autorais e da remuneração de compositores e arranjadores, protegendo-os de cópias não autorizadas.

Para além disso, a cultura digital também oferece uma plataforma importante para a manutenção e construção de acervos, cada vez mais complexos, dada a pluralidade de “formas de representação da informação musical”, como arquivos MIDI, áudio digital e partituras digitalizadas (LAZELOTTE, ULHÔA e BALLESTÉ, 2004, p. 7). Apesar disso, ainda há uma série de desafios a serem contornados, por exemplo, como a falta de uma política pública focada na difusão de partituras de música nacional no caso brasileiro (LIMA, 2015).

Ainda que o futuro do mercado de partituras enquanto uma força economicamente lucrativa na indústria da música seja uma incógnita, o meio utilizado para notação musical possui uma potência comunicativa que não deve ser relevada. Da mesma forma que álbuns, partituras também são convenções na cultura da música. Para além da notação musical em si, características da forma de apresentação e do uso do suporte como ferramenta publicitária, por exemplo, foram se consolidando ao longo das décadas e incorporadas à ideia da partitura comercial. No caso da música clássica, destaca-se a centralidade das partituras como veículo de difusão das obras. Como veremos na próxima seção, tais convenções ofereceram a Beck o subsídio para que ele compusesse as músicas de *Song Reader*, estruturasse seu álbum de

partituras e difundisse o projeto, conectando a história da indústria de publicações musicais de séculos anteriores com as novas tecnologias da informação e da comunicação.

### 3.2 *Song Reader*: o álbum como um livro de partituras

“Passos para desfrutar o novo lançamento de Beck, o *Song Reader*, de Beck Hansen. 1) Compre um piano. 2) Aprenda a tocar o dito piano. 3) Toque essas 20 novas canções, lançadas exclusivamente como partitura” (FLARE, 2012).

Quando foi lançado, *Song Reader* chamou a atenção de críticos e veículos jornalísticos, gerando resenhas entusiasmadas e entrevistas com o criador do projeto, ressaltando o tom paradoxalmente nostálgico e inovador da coleção de partituras. Recorrentemente, o trabalho gráfico que ilustra o material é destacado como um dos principais atrativos de *Song Reader*. Como sugere uma crítica publicada no site *The Daily Beast* (JONES, 2012, online) não é necessário saber ler partitura para “gostar de olhar para essa coleção”. Ou seja, para além da notação musical, as ilustrações, textos e piadas que fazem parte do projeto podem torná-lo atrativo mesmo para quem não domina a leitura de partituras. Entretanto, claro, aqueles que se empenharem em aprender as composições e tocá-las acabam por desfrutar *Song Reader* de uma maneira mais complexa, efetivamente entrando em contato com as músicas de Beck. Outro destaque na crítica mencionada trata da questão da falta de um elemento unificador entre as performances. Ainda que as partituras tenham indicações quanto ao tom da música, dos acordes, da melodia e do andamento, a interpretação fica a cargo do músico que vai colocar suas influências e desejos no sentido que quer dar para determinada canção do álbum.

Provocativamente, Beck comenta em entrevista que “o livro é mais um conceito do que qualquer outra coisa. Eu não estou esperando uma multidão de pessoas para correr e aprender essas músicas” (EELLS, 2012–2013). A expectativa do artista é, no mínimo, realista uma vez que é pouco provável que todas as pessoas que acompanham sua carreira tenham interesse ou saibam efetivamente executar música através de partitura. Além de veículos jornalísticos, *Song Reader* chamou também a atenção de músicos amadores e profissionais. Inclusive, alguns grupos e artistas gravaram e disponibilizaram para venda suas próprias

versões das músicas compostas para *Song Reader*<sup>114</sup>. Como apontado por Baer (2013, online) “[...] *Song Reader* foi abraçado tanto por críticos quanto por consumidores como uma tentativa legítima de publicar músicas que as pessoas poderiam tocar [...]”.

Beck explica também que houve um cuidado diferente na composição para esse projeto em relação a seus trabalhos anteriores:

Eu percebi desde cedo que as músicas precisariam ser diferentes, definitivamente. Quando você escreve para a sua própria voz, você tem certas restrições as quais você se acostuma; quando você está pedindo que outras pessoas aprendam músicas que elas nunca ouviram, isso coloca um tipo diferente de pressão sobre o que as canções devem ser [...]. Eventualmente eu decidi que tentar, no meu próprio modo limitado, pegar alguma ideia do que compor é na essência – tentar trabalhar desse lugar – iria, pelo menos conceitualmente, ajudar a dar uma direção às canções. Escrever para a página coloca tudo que você propõe sob um microscópio gigante. Foi uma forma bem diferente de disciplina do que escrever para um projeto gravado<sup>115</sup>.

Recorrentemente, Beck enfatiza a sua vontade em ver as pessoas tomarem liberdades com as suas canções e a proposital simplicidade de suas composições nesse projeto. Fazendo uma comparação com os trabalhos de Hank Williams e Cole Porter, afirma o músico que “[...] o verdadeiro espírito da música não estava necessariamente lá na notação. Ela realmente precisava ser trazida à vida por alguém” (NPR, 2012). No prefácio de *Song Reader*, destaca o objetivo do projeto:

A abertura da música, a possibilidade de deixar as pessoas trabalharem com essas músicas de formas diferentes e permitir que elas tenham uma acessibilidade diferente do que é oferecido por muitas das formas das músicas disponíveis hoje é, fundamentalmente, o que essa coleção almeja<sup>116</sup>.

---

<sup>114</sup> Fontes indicam que o Portland Cello Project foi o primeiro conjunto musical a lançar, pouco tempo depois da publicação de *Song Reader*, um álbum digital, com todas as vinte canções escritas por Beck (PHANEUF, 2015), ainda à venda, por US\$ 9,00 no site <http://www.pdxcelloshop.com/>. Último acesso em 12 jan. 2016.

<sup>115</sup> Tradução do autor para: “I realized early on that the songs would have to be different, definitely. When you write for your own voice, you have certain constraints you become accustomed to; when you’re asking other people to learn songs they’ve never heard, that puts a different kind of pressure on what the songs should be [...] Eventually I decided that attempting, in my own limited way, to get to some idea of what songwriting is at heart—attempting to work from that place—would, at least conceptually, help give the songs a direction. Writing for the page puts everything you come up with under a giant microscope. It was a very different sort of discipline than writing for a recorded project.” Fonte: A Q&A with Beck Hansen, author of *Song Reader*. **McSweeney’s**. Disponível em <<http://www.mcsweeney.net/articles/a-qa-with-beck-hansen-author-of-song-reader/>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

<sup>116</sup> Tradução do autor para: “The opening-up of the music, the possibility of letting people work with these songs in different ways, and of allowing them a different accessibility than what’s offered by all the many forms of music available today, is ultimately what this collection aims for”.

*Song Reader* não é simplesmente um *songbook*. Afinal a própria crítica musical o legitima enquanto um álbum: “Todo mundo tem que aprender a ler música uma hora, porque Beck não estava brincando quando disse que estaria lançando um *novo álbum como partitura*” (HOGAN, 2012, online, ênfase nossa); “Beck anuncia detalhes do seu *álbum em partitura*” (BATTAN, 2012, online, ênfase nossa); “Oito anos em desenvolvimento, o *novo álbum* de Beck *Song Reader* contém 20 músicas novas – somente em formato de partitura” (DOMBAL, 2012, online, ênfase nossa).

Apesar de frequentemente tratado como um livro, na verdade *Song Reader* é uma pasta que contém 20 partituras dispostas separadamente – e não encadernadas juntas –, além de dois “fascículos” extras: um prefácio, escrito pelo próprio Beck e uma introdução à obra, de autoria do jornalista musical norte-americano Jody Rosen. No prefácio, Beck explica como foi o processo de criação da obra. Inicialmente, ele conta que escreveria canções como se as estivesse fazendo para um álbum, exceto que em forma de partitura, “deixando a interpretação e performance para o músico”. Entretanto, o projeto foi ganhando uma dimensão maior. Durante o processo, colecionou partituras antigas e passou a se familiarizar com as imagens, os anúncios e as próprias músicas: “Elas eram todas de um mundo que havia sido deixado de lado tão profundamente na sombra da música contemporânea que apenas a menor ideia dela parecia existir”, completando que o processo é “mais do que um exercício em nostalgia”.

Ressaltando o debate levantando previamente, outro ponto tocado pelo artista é a diferença no tom do registro entre a partitura e a gravação. Enquanto ele entende a segunda como “um composto de estilo, refrões e técnicas de produção”, “a música pop do início do século XX tinha um caráter diferente. As músicas funcionavam como um acompanhamento para alguma ação; elas poderiam falar sobre partes específicas da vida [...]. Poderiam ser absurdas tão frequentemente quanto eram sentimentais”. Adiante, toca também na visibilidade do compositor e letristas profissionais, “figuras remotas, nomes em uma página, ocupavam um lugar central na vida de milhões”.

Ainda que, como o cantor diz, *Song Reader* seja “mais um conceito do que qualquer outra coisa”, o envolvimento de músicos, amadores ou profissionais, dispostos a executar as canções é o que dá sentido ao projeto. Assim, perguntava-se “como você pede às pessoas para tirarem o tempo para aprender [as músicas] e tocá-las?”. Em seguida, reflete que: “parte da resposta envolve reconhecer que algumas pessoas não estarão interessadas em dar esse salto.” Assim, dá indícios de como explorou as possibilidades do meio utilizado, criando um objeto que falasse por si:

Nós tentamos fazer um livro que fosse capaz de falar por si enquanto um objeto, independente da música. Lançamentos de álbuns tradicionais podem ter um valor auto-referente na sua fisicalidade; as fotos e arte e títulos podem te absorver antes mesmo de escutar as músicas. Esse é um livro que se inspira nesse sentimento. Que a arte, as propagandas e os outros textos, assim espero, possam atestar algo por eles próprios<sup>117</sup>.

Na introdução, o jornalista Jody Rosen também levanta uma série de pontos importantes para o debate. Destaca, por exemplo, que maioria das atividades musicais até a década de 1920, era de caráter participativo: “era o auge do amador musical [...]”. Faz também um breve histórico do desenvolvimento das partituras – “objetos de arte estranhos, sedutores” – resgatando os avanços técnicos de impressão, a incorporação de cores, fotografias e a variedade de estilos gráficos presentes nas ilustrações que acompanhavam peças musicais. O potencial publicitário das partituras também é ressaltado e, junto às outras informações, ajuda a justificar para os não familiarizados as escolhas de Beck e da editora ao apresentarem as partituras de *Song Reader* de uma certa maneira.

No mesmo texto, Rosen toca em um ponto central do projeto: para ele, os fãs de música hoje possuem um comportamento mais “passivo” que tem estreita ligação com processos de digitalização, miniaturização e “virtualização” da música. Entretanto, apesar de não apresentar dados concretos, o jornalista destaca que há uma tendência contrária a isso: “Em anos recentes, a música popular tem, sorrateiramente, perambulado de volta à era das partituras. Pela primeira vez em décadas, lucros da venda de instrumentos musicais e equipamentos de gravação ultrapassaram os das gravações”. Nessa direção, completa falando sobre a potência crescente dos músicos amadores:

Os maiores *hits* de hoje são medidos menos em rankings de paradas de sucesso ou números de vendas do que na forma que eles ondulam pelo firmamento digital – nos tributos virais que eles desencadeiam, os passos de dança, as paródias, as versões *cover* sinceramente emotivas, filmadas e compartilhadas no YouTube<sup>118</sup>.

Pelas letras das músicas, impressas diretamente nas partituras, percebemos que não há um assunto central circundando *Song Reader*. Boa parte das canções sugere ser sobre conflitos amorosos – ainda que muitas vezes Beck se utilize de um tom meio irônico –, mas

---

<sup>117</sup> Tradução do autor para: “We’ve attempted to make a book that’s able to stand alone as an object, aside from the music. Traditional album releases can have a self-contained value in their physicality; the photos and art and titles can draw you in before you ever hear the songs. This is a book that takes inspiration from that feeling. The art, the ads, and the other text hopefully convey something all by themselves.”

<sup>118</sup> Tradução do autor para: “Today’s biggest hits are measured less in chart rankings or sales figures than in the way they ripple through the digital firmament – in the viral tributes they unleash, the dance routines, the parodies, the earnestly emoted cover versions, videotaped and uploaded to YouTube”.

há espaço também para conteúdos menos ortodoxos, como fim do mundo, falta de dinheiro e questionamentos acerca do patriotismo norte-americano. O que parece dar coerência a *Song Reader* é a abordagem de um tema mais geral, que envolve a retomada de práticas de composição e apresentação da peça musical antes do advento da gravação e o tensionamento disso com usos atuais na cultura da música.

Como dito anteriormente, quase todas as músicas são compostas para vocais, piano e violão. As exceções são “Do We? We Do” (“Fazemos? Fazemos”), “Rough on Rats” (“[Pegando] Pesado com Ratos”), “Why Did You Make Me Care?” (“Por Que Você Fez Eu Me Importar?”) e “Last Night You Were A Dream” (“Ontem à Noite Você Era Um Sonho”) que substituem os acordes de violão para ukulele<sup>119</sup>; e “Old Shanghai” (“Xangai Antiga”) que, além de também usar acordes de ukulele ao invés do violão, contém notação musical para trompete, saxofone tenor, trombone e tuba. Há também outras sugestões de execução das músicas, como “The Wolf Is On The Hill” (“O Lobo Está Na Colina”) que pressupõe um dueto entre uma voz feminina e uma masculina e “Now That Your Dollar Bills Have Sprouted Wings” (“Agora Que As Suas Notas de Dólar Criaram Asas”), com indicações de harmonia na pauta dos vocais e a indicação no topo da primeira página: “COM HARMONIA VOCAL! CANTE COM UM AMIGO (OU UM COBRADOR DE CONTAS)”.

“Don’t Act Like Your Heart Isn’t Hard” (“Não Aja Como Se Seu Coração Não Fosse Duro”), primeira “faixa” de *Song Reader*, faz uma referência direta à Tin Pan Alley, talvez para familiarizar o leitor/ músico com a atmosfera desse conjunto de canções:

So don’t act like your heart isn’t hard  
and that the truth in your head isn’t dark  
You can’t turn Tin Pan Alley into a boulevard  
and go whistling past a graveyard<sup>120</sup>

Outra canção que faz uma referência direta, ainda que menos explícita, à época é “We All Wear Cloaks” (“Todos Usamos Disfarces”). Como explica o jornalista Jody Rosen na introdução, “We All Wear Cloaks” é uma música publicada em 1855, cujos versos zombam de “dândis, advogados charlatões, médicos desonestos e clérigos hipócritas”. Sobram até críticas para os cantores de música popular: “The singer will sing a song for your pelf / With

---

<sup>119</sup> Nas primeiras décadas do século XX, havia uma “mania de ukulele” (GOLDMARK, 2007, p. 213) e “diagramas de acorde para este instrumento tornaram-se uma característica padrão em partituras [...]” (ELLIKER, 1999, p. 851).

<sup>120</sup> Tradução livre: “Então não aja como se seu coração não fosse duro / e que a verdade na sua cabeça não seja obscura / Você não pode transformar a Tin Pan Alley em uma avenida / e passar assobiando por um cemitério”.

his eye on your purse and his thoughts on himself”<sup>121</sup>. Mesmo que, como pontuado no texto, a música de Beck seja original, levando apenas o mesmo nome, há um paralelo com a primeira versão da música, através de passagens bem humoradas, recorrendo a palavras-chave como “verdade”, “criptograma”, camuflagem” e “segredos” na letra da música.

Uma das composições mais interessantes, que mostra não somente o tom cômico da obra, mas também a desenvoltura de Beck em explorar as possibilidades do meio escolhido é a instrumental “Mutilation Rag” que, como diz o texto na peça, indica ser sobre “uma luta entre a Mão Direita e Esquerda”. Ao invés da letra, os pequenos textos intercalados com as pautas, narra o conflito que acontece entre as duas mãos ao longo da música:

Tudo está bem; a música começa como qualquer outra... a rotina habitual... duas mãos em concordância... um escorregão... Alguma coisa deu errado... Cuide da sua vida... Eu estava... a Mão Direita comete uma violação... inquietando agora; a Mão Esquerda tenta trazer a Direita de volta... a Mão Direita fica com raiva... os oponentes se preparam para o combate... começa uma arrancada impetuosa... um punhado de mãos batendo... uma briga e uma volta... um combate a socos entra em erupção... mais combates a socos... nocaute... O oponente é derrotado! A Direita triunfa e a Mão Esquerda cai em derrota<sup>122</sup>.

Quase todas as capas foram feitas sob encomenda por diversos artistas; uma pequena parte se inspirou em outras existentes para ilustrar a partitura, como é o caso de “Rough on Rats”, que toma não somente o título de uma composição do final do século XIX<sup>123</sup>, como se apropria do design para criar a capa da música que integra *Song Reader* (FIG. 11). Mais do que uma ilustração sobre o tema, entendemos que essas imagens ajudam a dar o “tom” da música. A letra de “Now That Your Dollar Bills Have Sprouted Wings” fala, por exemplo, de forma bem-humorada sobre perda de dinheiro: “Well I walked in here wearing a tuxedo / But

---

<sup>121</sup> Tradução livre: “O cantor vai cantar uma canção pelo seu dinheiro / Com um olho na sua bolsa e o pensamento nele próprio”.

<sup>122</sup> Tradução do autor para: “All is well; the song begins like any other... the usual routine... two hands in accord... a slip... Something’s gone wrong... Mind your own business... I was... the Right Hand causes offense... growing uneasiness now; the Left Hand tries to bring the Right back around... a disagreement... the Right Hand grows angry... the opponents prepare for combat... a headlong charge begins... a smattering of of slapping hands... a tussle and a turn... fistcuffs erupt... more fistcuffs... punch drunk... The adversary is vanquished! The Right prevails, and the Left Hand falls in defeat”.

<sup>123</sup> De 1882, “Rough on Rats” foi composta por Jules Juniper, com letra de W. A. Boston. A música fala sobre “controle de roedores” e, entre os anúncios na parte interna e na contracapa, inclui informações sobre “Rough on Rats”, uma marca de veneno para ratos da virada do século XIX para o XX, cuja propriedade era do fabricante E. S. Wells, que também atuava como editor musical. Fontes: <https://jscholarship.library.jhu.edu/handle/1774.2/15203?show=full> e <http://beachpackagingdesign.com/boxvox/rough-on-rats>. Acesso em 20 fev. 2016.

I left wearing just an old T-shirt”<sup>124</sup>. A capa da partitura (FIG. 12), desenvolvida pela artista Lauren Purcell, é uma interpretação literal do título da música ao mostrar notas de dólar com asas, voando em bando sobre um vilarejo. “Don’t Act Like Your Heart Isn’t Hard” já toma outra direção. Os versos de Beck sugerem uma decepção amorosa e os versos “Changing your tune as you put up your guard / and go whistling past a graveyard”<sup>125</sup> são interpretados pelo artista Josh Cochran na capa (FIG. 13), que mostra uma moça andando por um cemitério. As cores em destaque são lilás, preto e verde, em tons mais frios, dando indícios da atmosfera lúgubre da canção.

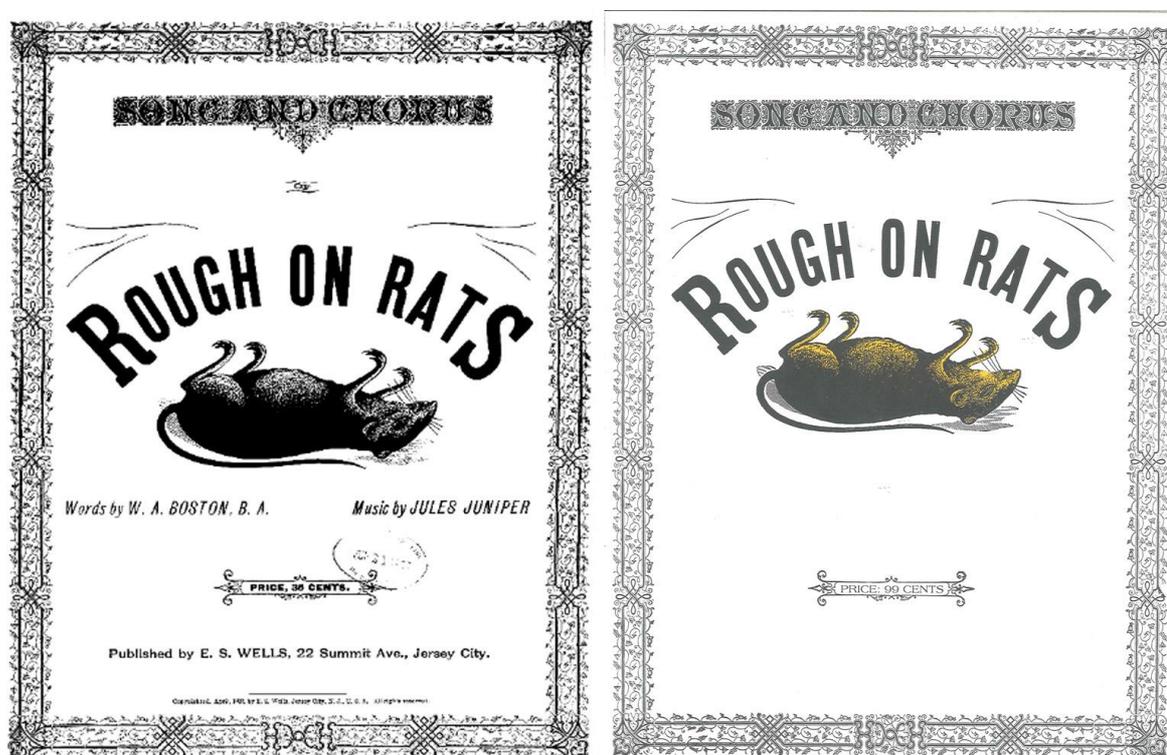


FIG. 11: À esquerda, a capa da partitura original de “Rough on Rats”; à direita, a capa de “Rough on Rats” em *Song Reader*

<sup>124</sup> Tradução livre: “Eu entrei aqui vestindo um smoking / Mas eu fui embora vestindo apenas uma camiseta velha”.

<sup>125</sup> Tradução livre: “Mudando seu tom equanto você se arma / e passa assobiando por um cemitério”.

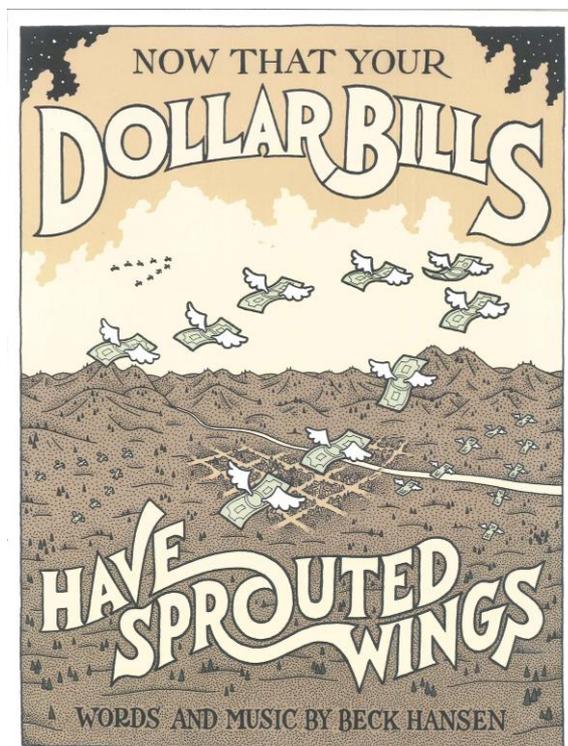


FIG. 12: Capa da partitura “Now That Your Dollar Bills Have Sprouted Wings”

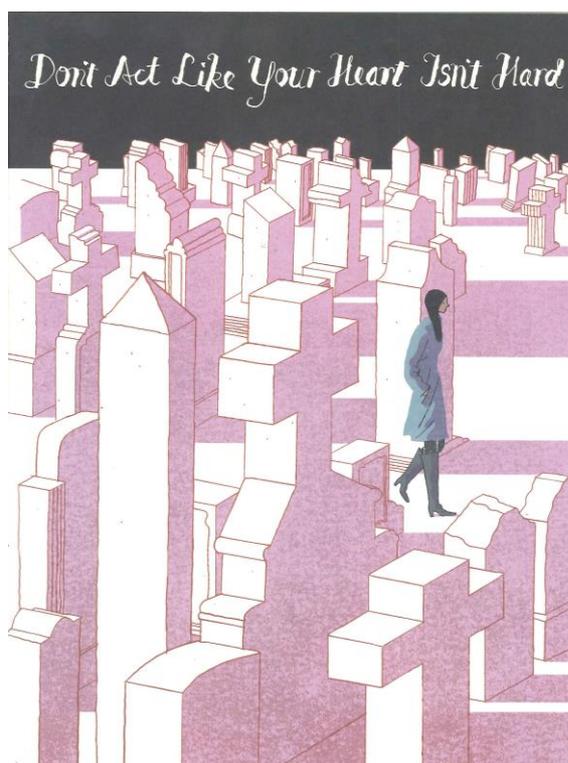


FIG. 13: Capa da partitura “Don't Act Like Your Heart Isn't Hard”

A capa de “Why Did You Make Me Care?” (FIG. 14), ilustrada por Pete Gamlen também nos ajuda a entrar na atmosfera da música que aborda o tema da desilusão amorosa. O desenho, vinculado ao assunto da canção, mostra um homem em seu quarto, com a cabeça deitada na escrivaninha, enquanto uma mulher sai porta afora. A capa de “Mutilation Rag” (FIG. 15), desenvolvida por Marcel Dzama, mostra duas mulheres dançando em dois momentos. Como apresentado acima, a música é uma brincadeira que fala de uma luta travada entre a mão esquerda e a direita no piano; e a dança na imagem tenta representar a temática da música. O primeiro momento da dança mostra uma das moças segurando uma foice. No segundo, a sua parceira aparece decepada, com a cabeça ao chão.

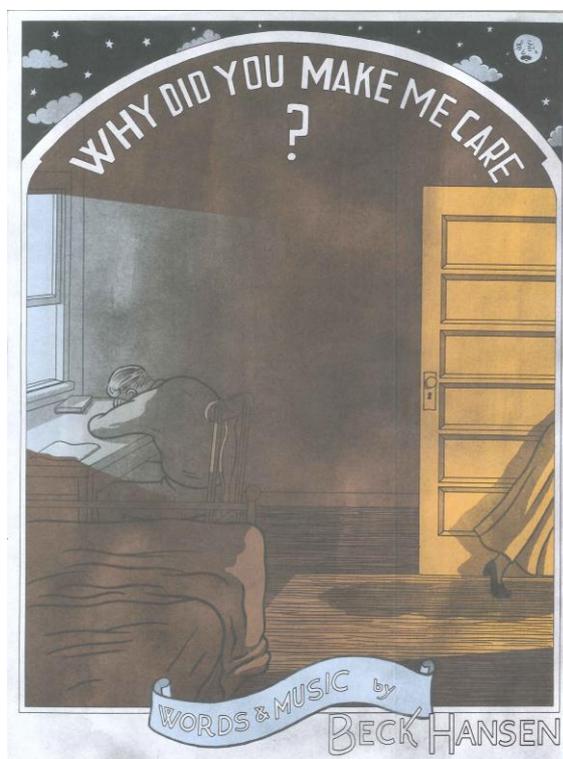


FIG. 14: Capa da partitura “Why Did You Make Me Care?”

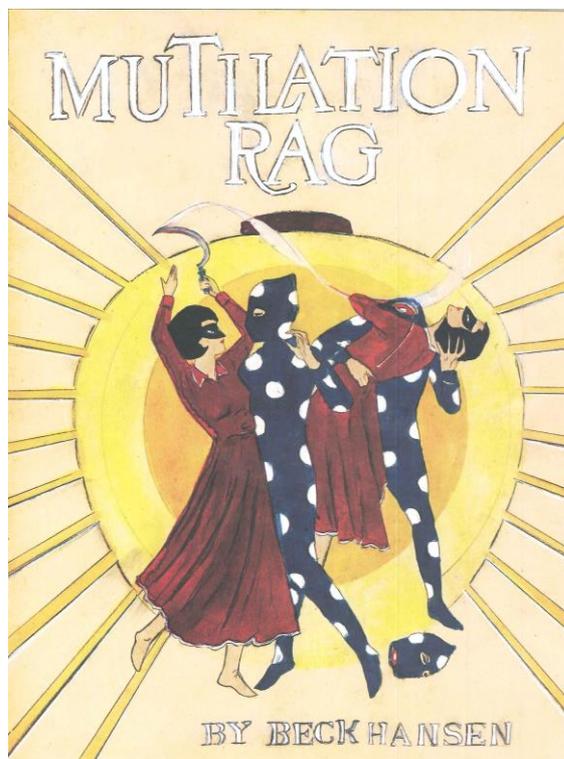


FIG. 15: Capa de “Mutilation Rag”

Todas as capas possuem o título da música em destaque. A indicação de autoria – “words & music by Beck Hansen”, “by Beck Hansen”, “a song by Beck Hansen”, “music & lyrics by Beck Hansen”, “written by Beck Hansen”, “the newest Beck Hansen ballad”<sup>126</sup> – estão presentes em alguns casos. Destacamos também outras informações que aparecem em algumas capas, como versos – por exemplo, primeiro verso da música “I’m Down” (“Estou Deprimido”), “I’m down & this town is a nuisance” (“Estou deprimido & esta cidade é um incômodo”), aparece em destaque na capa como parte da ilustração, feita por Tim Lane –; comentário crítico – na capa de “We All Wear Cloaks”, o comentário “full of fun & good nature” (“cheia de diversão & bondade”) –; preço – a capa de “Rough on Rats” indica o preço da partitura: “99 cents” (“99 centavos”) –; indicação de dueto – em “The Wolf Is on the Hill”, a sugestão “for male and female voices” (“para vozes masculinas e femininas”); indicação de propriedade – também em “The Wolf Is on the Hill” aparece o aviso “Printed and distributed by Strophic Refrain Co., Colorado” (“Impressa e distribuída por Estrófico Refrão Co., Colorado”) – e aviso de restrições quanto ao uso – em “Last Night You Were A Dream,” o

<sup>126</sup> Tradução livre: “palavras & música por Beck Hansen”, “por Beck Hansen”, “uma música por Beck Hansen”, “música & letras por Beck Hansen”, “escrita por Beck Hansen”, “a mais nova balada de Beck Hansen”.

aviso, como se fosse um carimbo: “any parodied representation of this composition is strictly prohibited” (“qualquer representação paródica desta composição é estritamente proibida”).

Finalmente, destacamos também a capa (FIG. 16) da música “America, Here’s My Boy” (“América, Aqui Está Meu Menino”), feita por Tim Lane. No canto inferior esquerdo da capa há o aviso de que ela é uma “war edition”<sup>127</sup>, fazendo referência a um tipo de edição especial de partitura publicada durante a 1ª Guerra Mundial:

Para Cooperar (*sic*) com o Governo (*sic*) e para conservar páginas durante a Guerra (*sic*), esta música é editada em uma versão mais curta que a habitual, com quatro estrofes ao invés de oito e menos sílabas ao longo dela. Economizem! Economizem! Economizar é a palavra de ordem do dia. Este é o espírito no qual estamos trabalhando e sua cooperação será muitíssimo apreciada – SONG READER MUSIC CO.<sup>128</sup>.

A imagem mostra uma mãe que parece, ao mesmo tempo, acolher e se despedir do filho, vestido em traje militar. A música em si trata da expectativa de uma mãe em proteger seu filho desde o nascimento e, orgulhosamente apresentá-lo para o mundo – o verso “America, here’s my boy” aparece ao final das três primeiras estrofes – até o momento em que ela recebe a notícia de que o filho morreu na guerra, com o verso “America, where’s my boy?” (“América, onde está meu menino?”), encerrando a canção.

---

<sup>127</sup> Elliker (1996) destaca que, frequentemente, editoras publicavam edições especiais que serviriam aos mais diversos propósitos. Havia, por exemplo, a “cópia profissional” que, segundo sua pesquisa, “era uma edição promocional para distribuição gratuita pelo negócio da música”. Com essa edição, os editores testavam o apelo de um lançamento antes de gastar uma quantia grande de dinheiro ao imprimir e distribuir as edições que seriam adquiridas pelo público. Assim, conta o autor que boa parte dessas cópias profissionais não tinham ilustrações na capa. E, quando havia ilustração, muitas vezes ela era impressa em preto e branco, deixando as edições em cores para as cópias que iriam para as lojas em geral. Outros tipos de edições especiais de partituras mapeadas pelo autor são a Special Sample Copy, a Motion-Picture Edition, a Slide Version, a PianOrgan Edition, a Artist’s Copy, a Nu-Style Multi-Part Edition e as Parts For Dance Band. Sobre a War Edition, “produzida durante a 1ª Guerra Mundial para reduzir o consumo de papel”, há indicação de que elas eram produzidas em tiragem limitada. Além disso, destaca que “o fato de que editores imprimiam somente números pequenos dessa edição especial, enquanto simultaneamente produziam originais de tamanho normal das mesmas músicas, sugere que a war edition pode ter sido mais uma questão de publicidade patriótica do que necessidade forçada”.

<sup>128</sup> Tradução do autor para: “To Co-operate with the Government and to conserve pages during the War, this song is issued in a shorter version than usual, with four verses instead of eight, and fewer syllables throughout. Save! Save! Save is the watchword of the day. This is the spirit in which we are working and your co-operation will be very much appreciated — SONG READER MUSIC CO.”

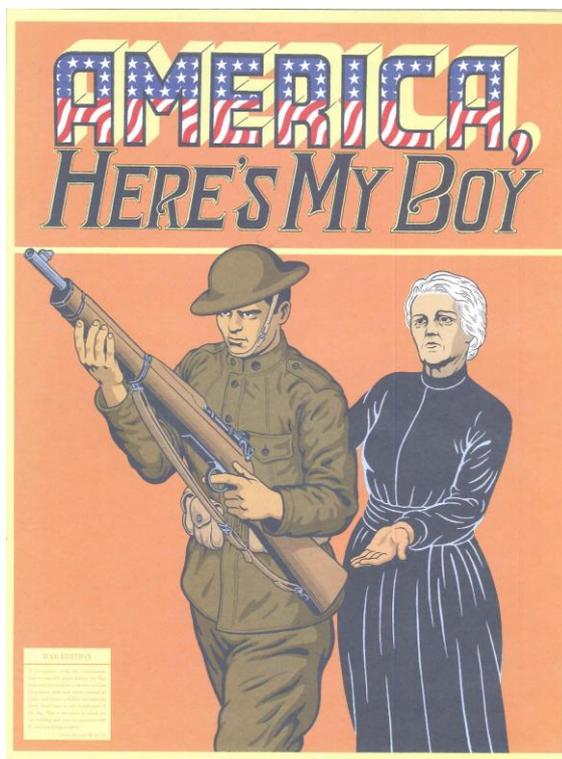


FIG. 16: Capa de “America, Where’s My Boy?”

O trabalho gráfico, apesar de ser mais evidente nas capas, não se restringe a elas. A parte interna das partituras – com a notação musical em si – é em muitos casos pontuada por páginas coloridas, molduras e desenhos que fazem referência à capa e/ ou a música, aumentando a sensação de coerência. Em grande parte, a fonte do título na página da notação musical é a mesma da capa, conferindo uma unidade ainda maior ao artefato (FIG. 17). Além desses elementos há também o aviso de direitos autorais na parte interna, prática comum desenvolvida pelos editores de partitura (ELLIKER, 1996).

PLEASE LEAVE A LIGHT ON WHEN YOU GO a song by BECK HANSEN

*Lighly*

Chords: C, C/Bb, C/A, C/G, F, F/E, F/D

VERSE

1 How fast can a heart that ver- be fine you're walk- ing on  
 2 How can you fix some-thing that you can't touch with- out

split-ten- Your head achas just to feel what it know-  
 bust- ing- The les son you've learned is leav- ing you dumb.

Music and lyrics © 2002 Beck Hansen. Written by Beck Hansen, published by Illuminated Music Co.

FIG. 17: Parte interna da partitura “Please Leave a Light On When You Go”

Finalmente, é fundamental destacar também as contracapas, que complementam a experiência de *Song Reader*. Todas elas contém informações publicitárias bem-humoradas, seja anunciando produtos para o lar, outras partituras e até mesmo um ensaio chamado “The Secret To Music Is Higyene” (“O Segredo Para A Música É Higiene”). Assim como as capas, as contracapas são adornadas com molduras, cores, imagens, fontes chamativas e textos que quase nos convencem da existência de tais produtos.

Em “Don’t Act Like Your Heart Isn’t Hard”, a contracapa apresenta o anúncio de venda da partitura “Why Does A Heart That Longs To Love You Have Two Hands That Won’t?” (“Por Que Um Coração Que Anseia Por Te Amar Tem Duas Mãos Que Não Farão Isso?”) (FIG. 18). Apesar do título espiritualoso, a música parece ter o mesmo tom de desilusão amorosa da música principal, como demonstram os versos:

Your actions and your words  
 are hardly reconciled  
 Cos I’m the one you toy with  
 just like a helpless child<sup>129</sup>

<sup>129</sup> Tradução livre: “Suas ações e suas palavras / dificilmente estão em harmonia / Porque eu sou aquele com quem você brinca / assim como uma criança desamparada”.

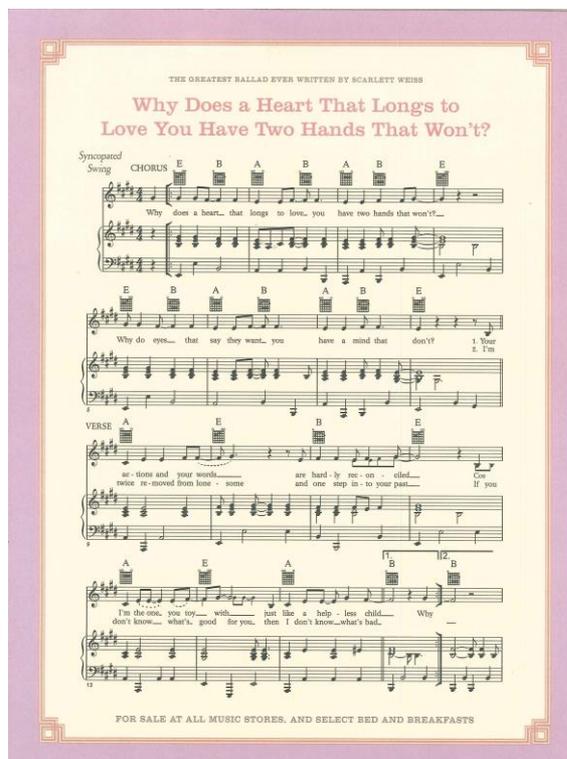


FIG. 18: Contracapa de “Don’t Act Like Your Heart Isn’t Hard”, com anúncio da partitura “Why Does A Heart That Longs To Love You Have Two Hands That Won’t?”

Ainda que todas as contracapas sirvam a um propósito publicitário, há sutis diferenças entre elas. Na contracapa de “I’m Down”, por exemplo, há um trecho da partitura “You Don’t Have to Change Your Shoes (to Walk All Over Me)”, com o seguinte anúncio no rodapé: “cantada com grande sucesso por Devlin Hogue”. Como mostra Goldmark (2007), a prática de salientar um intérprete na promoção de partituras era uma estratégia frequente, que alavancava a venda desses produtos. Sobre os trechos de notação musical na contracapa, Beck conta que:

A ideia de fazer os fragmentos vieram quando estávamos tomando decisões sobre o *layout* individual das partituras. As partituras antigas que vinha colecionando não possuíam espaço vazio na página – cada canto é preenchido com algum anúncio ou proclamação sobre outras canções que eles estavam tentando vender e algum material promocional que era bem estranho ou exagerado<sup>130</sup>.

<sup>130</sup> Tradução do autor para: “The idea to do the fragments came as we were deciding on the layout of the individual song sheets. The old sheet music I’d been collecting spares no empty space on the page—every corner is filled with some ad or proclamation about other songs they were trying to sell, and some of that promotional material was pretty odd or over the top.” Fonte: Fonte: A Q&A with Beck Hansen, author of *Song Reader*. **McSweeney’s**. Disponível em <<http://www.mcsweeneys.net/articles/a-qa-with-beck-hansen-author-of-song-reader/>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

“Saint Dude” (“Santo Cara”) mostra um outro tipo de promoção. Em vez de anunciar uma peça musical específica, são promovidos cinco *songbooks* voltados para o público masculino, com o direcionamento: “músicas para todo homem cantar”. Nos cinco produtos anunciados, há os títulos das faixas contidas nos livros. Por exemplo, o *songbook* “The Manly Family Song Album – 25 Complete Songs”, traz músicas como “No, I Won’t Be Doing The Dishes” (“Não, Eu Não Vou Lavar Os Pratos”) e “Wedding Bells Are Breaking Up That Old Gang Of Mine” (“Sinos de Casamento Estão Acabando Com Aquele Meu Velho Grupo de Amigos”); já *Prison and Mountain Songs (For Boys)*, apresenta músicas como “These Bars Are Here To Keep You Out” (“Essas Barras Estão Aqui Para Te Manter Afastado”), “Was It Worth It?” (“Valeu A Pena?”) e “Just Me And My Shadow In Solitary Tonight” (“Somente Eu e Minha Sombra Na Solitária Hoje à Noite”).

A contracapa de “Do We? We Do” apresenta trechos de quatro partituras que parecem quase zombar da música principal. Pelo menos através da letra, “Do We? We Do” parece ser mais séria do que as músicas promovidas ao final, como indicam seus títulos: “Like I Told You Before, No Means No” (“Como Eu Te Disse Antes, Não Quer Dizer Não”), “Not Yet But Soon” (“Não Agora, Mas Logo”), “Do You Ever Wonder? No I Don’t” (“Você Imagina? Não”) e “We Did (But We Probably Shouldn’t Have)” (“Nós Fizemos (Mas Provavelmente Não Deveríamos)”). E na hipótese de que o futuro consumidor dessas outras músicas tenha algum receio quanto à qualidade delas, o texto que acompanha os trechos deixa claro: “Você não erra com qualquer música de ‘Beck’”.

Se a música, complementada pela capa, “Now That Your Dollar Bills Have Sprouted Wings” já tem um tom bem-humorado, os anúncios das músicas promovidas na contracapa complementam a piada: “M-O-N-E-Y Spells Money” (“D-I-N-H-E-I-R-O Forma Dinheiro”) e “It Don’t Make No Difference What You Do, Get The Money” (“Não Faz Diferença O Que Você Faz, Pegue O Dinheiro”). Caso ainda reste alguma dúvida quanto à comicidade que Beck intenciona em *Song Reader*, basta olhar para o nome do compositor de “M-O-N-E-Y Spells Money”: K. Marx.

Algumas músicas, além da contracapa, usam também a última página da parte interna da partitura com fins propagandísticos. É o caso de “Please Leave a Light on When You Go” (“Por Favor Deixe Uma Luz Acesa Quando Você For”), que anuncia a venda de diversas partituras de *pianologues*<sup>131</sup>. Como diz o texto publicitário que acompanha os produtos: “O

---

<sup>131</sup> De acordo com definição do dicionário *Merriam-Webster*, “pianólogos” (em inglês, *pianologues*), tratam-se de “um monólogo cômico acompanhados ao piano”. Disponível em: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/pianologue>>. Acesso em 20 fev. 2016.

pianólogo inteligente merece um lugar em todo programa de entretenimento. Seja para uso no palco ou em casa, nós recomendamos especialmente os seguintes como ‘leituras musicais,’ ou solos vocais”. São diversos títulos, com indicações de uso ou de temas entre parênteses. Por exemplo, “The Funny Song” (Not Funny); “Get Up Off Your Ass” (Inspirational); “You’re Not My Real Dad” (Juvenile); “Ode à la Mode” (Gourmet) e “Seventeen Uses For A Broken Heart” (Didactic)<sup>132</sup>. No rodapé consta o endereço da editora onde as músicas podem ser adquiridas.

Se a música “Sorry” (“Desculpa”) pode ser interpretada como um lamento, as partituras anunciadas na contracapa quebram a expectativa ao promover quatro peças sobre o tema: “If You’re Sorry, Then Why Don’t You Look Sorry?” (“Se Você Sente Muito, Então Por Que Você Não Aparenta?”), “Are You Really?” (“Você Está Mesmo?”), “Stop Being A Baby” (“Pare de Ser Infantil”) e “Don’t Apologize” (“Não Peça Desculpas”).

Novamente, há uma quebra de expectativa entre o tema explorado na música “Why Did You Make Me Care?” e os produtos promovidos na última página da parte interna: uma coleção de utensílios para a casa e para uso pessoal, indispensáveis para músicos (FIG. 19). Por exemplo, uma faca de pão “recentemente patenteada de aço fino, cuidadosamente temperada, lixada e polida, que pode ser tocada como um serrote ou usada como um microfone imaginário. Evite teatralidade excessiva no último caso.” Há também o anúncio de uma “escova de cabelo pro-fi-lá-ti-ca (*sic*)”, afinal o “cabelo, também, deve estar imaculado para a música ser efetivamente produzida. Todo cantor sabe disso. Catorze fileiras de cerdas médias”. Um último exemplo é o prato para queijo e torradas, pois “músicos são frequentemente levados à distração pela falta de um receptáculo adequado para seus queijos e torradas. Grandes composições se perderam dessa forma. Elimine o risco”.

---

<sup>132</sup> Tradução: “A Música Engraçada” (Sem Graça); ““The Funny Song” (Not Funny); “Levante o Seu Traseiro” (Inspiradora); “Você Não É Meu Pai Verdadeiro” (Juvenil); “Ode à la Mode” (Gourmet); “Dezessete Usos Para Um Coração Partido (Didático)”.

**GIFT TIME IS ALL THE TIME** (FOR SONG READER READERS)

Music Lovers—Students—Teachers  
All YOUR Musical Friends Need  
A PERSONAL MUSIC ACCESSORY

**BLUEBIRD INDOOR CLOTHES-LINE REEL**



A standard household accessory that can be brought and displayed for an astounding variety of uses. Try playing "Bluebird" on it. Or even singing.

**BURNS BREAD KNIFE**



A specially patented bread knife of fine steel, carefully tempered, ground and polished, that can be played like a saw or used as an impromptu microphone. Avoid common loafing in the same way.

**ASH TRAY AND MATCH HOLDER**



Model-planned and designed to encourage a steady-rolled after. Begin to sing like your friends, without any other steady-rolling over it.

**PRO-PHY-LAC-TIC CLOTHES BRUSH**



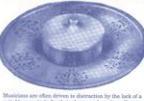
No more can be performed in shabby clothes. Use this brush to get yourself together. Nine iron stiff bristles.

**PRO-PHY-LAC-TIC HAIR BRUSH**



Hair too, must be immaculate for music to be effectively produced. Every singer knows this. Features one million bristles.

**CHEESE AND CRACKER DISH**



Whiskies are often given to distraction by the lack of a suitable receptacle for their alone and others. Great competitors have been lost in this way. Eliminate the risk.

**ELECTRIC TOASTER**



What is more appetizing than crisp, brown toast at the breakfast table? Only this: the energy you will be saved in making other waffles a single place. A thoroughly dependable toaster.

**PLAYING CARDS WITH CASE**



The fly you need deck in the house for every small affair known to man. Every deck provides a new opportunity, to be interpreted as you wish. Waterproof.

**JEFFY CAN OPENER**



"Jeffy" your own can opener as you would a member of your band. The rest is in the hand you use to hold the can. Also can be used for other uses on some setting nights.

**EVERY WOMAN'S NEEDLEBOOK**



Needles are often given to distraction by the lack of a suitable receptacle for their alone and others. Great competitors have been lost in this way. Eliminate the risk.

**CIGARETTE BOX**



Made of unseasoned teak, and heavily varnished. Open and close the lid for one more, until the have the melody ring in their thoughts for a third. Keep your cigarettes in it.

**ELECTRIC FLASHLIGHT**



You will wonder how you did without it. One of darkness, light, out of light, music. One also be used for purposes.

**KEY PURSE**



All great musicians carry a key purse. There is no keeping this.

**SHOE HORN AND BUTTON HOOK**



A handy accessory for the musician on the go. Musical standards are considered suitable.

To order, write to  
**SONG READER**  
AFFILIATE PRODUCTS CO.,  
PHILADELPHIA

FIG. 19: Produtos anunciados na última página da partitura “Why Did You Make Me Care?”

Outro exemplo de conteúdo não convencional – mesmo para os padrões de *Song Reader* – é o ensaio “The Secret To Music Is Hygiene” na contracapa de “Just Noise” (FIG. 20). Como diz o parágrafo de abertura:

Porque a maioria de aspirantes a cantores persiste na noção de que o vocalista precisa dominar algum método de ritmo descoberto pelo homem ou ‘intonação sincera’ para obter sucesso, não pode ser tão enfaticamente reiterado que a abordagem correta para a performance musical é fundada em nada mais além de HIGIENE.

E assim segue o artigo com técnicas extravagantes de higiene pessoal com o propósito de tornar o leitor um bom músico.



FIG. 20: Ensaio publicado na contracapa da partitura “Just Noise”

Mais um exemplo bem humorado encontra-se na contracapa de “Title Of This Song”, que apresenta a partitura da música “Why” (Por Que), com os dizeres: “Do homem que trouxe para você canções como ‘Who’, ‘What’, ‘When’, ‘Where’, agora vem ‘Why’”. Finalmente, trazemos um último exemplo: a contracapa de “The Last Polka” (“A Última Polca”). Se a música, por ser instrumental, dá poucas indicações sobre do que se trata, a contracapa – auxiliada pela capa, que mostra uma rua deserta, com poucos pontos de luz, em um tom bastante sombrio – indica que Beck quis explorar o tema do fim do mundo na música. Diz o texto do anúncio: “Porque a trilha sonora para nossas vidas não pode cair em silêncio, precisa haver... [Músicas] INSTRUMENTAIS PARA O FIM DO MUNDO. Compostas e publicadas por Nostradamus Jones, Columbia, MO.” As seis canções, cujos trechos das partituras são expostos na página são: “Apolkalyse”, “It’s the End of the World”; “The Final Countdown”; “Doomsday Rag”; “Is There Room for One More in the Fallout Shelter?” e “Judgment Day (Don’t Judge Me)”.

Feita essa apresentação, perguntamos: como a materialidade do suporte usado por Beck pode fornecer um entendimento maior do papel cumprido por formatos culturais musicais, como o álbum, atualmente? *Song Reader* não somente aponta para a permanência do álbum na cultura digital, como problematiza o próprio formato ao se apropriar de

referências e modos de criação consolidados em um suporte anterior ao disco. Entendemos que, mais do que uma simples menção, elementos como a capa, as próprias partituras e as ilustrações criadas especialmente para o projeto tentam traduzir a ideia de totalidade pretendida pelo álbum. Os sons, ainda que não estejam no livro, fazem parte do escopo mais amplo do projeto, que estabelece um diálogo entre o suporte e as performances musicais que circulam na internet.

Mesmo não sendo um álbum em um sentido mais óbvio, propomos entendê-lo como tal a partir das tensões que o projeto apresenta. *Song Reader* dialoga com as *convenções simbólico-materiais* do álbum de formas bem interessantes. Em primeiro lugar, ao utilizar as partituras de uma maneira bastante específica, mostra que as práticas de se criar, comercializar e “empacotar” álbuns são parte de uma trajetória histórica que começa antes mesmo das primeiras gravações. Se as convenções do álbum são consolidadas na “era do LP”, é em séculos anteriores, especialmente a partir do XIX, que elas tomam forma. Principalmente, se temos em vista os *protocolos de usos dos paratextos*.

Em *Song Reader*, ilustrações na capa, na contracapa e na parte interna das partituras ajudam a dar sentido para aquelas composições. Os demais textos contextualizam o produto e fornecem uma série de informações relevantes para tornar a experiência mais completa. Um outro tipo interessante de paratexto no trabalho de Beck é um guia detalhado presente na contracapa da introdução que, como um manual de instruções, explica os diferentes sinais que costumam ser incluídos na notação musical, de forma a familiarizar o público que tem noções de leitura de partitura, mas não é experiente. Isso só é possível porque o protocolo do suporte partitura especifica o tipo de paratexto que poderá ser acoplado a ele.

Entendemos que o *protocolo de escuta do álbum*, que diz respeito às escolhas temáticas, estéticas e sonoras em um trabalho musical, apresenta-se forma complexa em *Song Reader*, tensionando o passado e o presente da indústria da música, direcionando nosso olhar para as letras, os textos e imagens impressos no produto, e também nos convidando a ouvir os sons através de instrumentos ou por meio da performance realizada por outras pessoas. De uma maneira geral, percebemos *Song Reader* como um exemplo das “contradições presentes nas inter-relações entre novos e tradicionais modos de ouvir música” (JANOTTI JR, 2009, online). Na próxima seção, exploraremos o desdobramento dessas questões através do site *songreader.net*.

### 3.3 *songreader.net*: o álbum como um *site* colaborativo

Parte significativa da experiência de *Song Reader* acontece fora do livro de partituras, no endereço online *songreader.net*, que podemos ver como um exemplo de produto típico da “cultura participativa”. No site, há uma galeria com centenas de vídeos e áudios para todas as músicas do álbum<sup>133</sup> (FIG. 20). O cadastro é feito via Facebook. Para o usuário compartilhar o vídeo ou áudio na página, é necessário vincular a conta do YouTube ou do SoundCloud ao site. Em seguida, é preciso selecionar o arquivo a ser enviado para o site e relacioná-lo com a música de *Song Reader* à qual ele se refere. O visitante pode acessar o conteúdo da galeria através de sete filtros: por música, por vídeo, por envios mais recentes, por envios mais “favoritados”, por faixa, por participantes do concurso promovido pela marca de óculos de grau Warby Parker<sup>134</sup>, ou todos os envios. Há também a possibilidade de buscar diretamente por um usuário específico. Para além disso, há dois *downloads* disponíveis na página: uma versão em formato PDF da partitura de “Old Shanghai” e um conjunto de dez arquivos MIDI (.mid) para as músicas: “Don’t Act Like Your Heart Isn’t Hard”, “Eyes That Say I Love You”, “Heaven’s Ladder”, “Just Noise”, “Last Night You Were A Dream”, “Old Shanghai”, “Please Leave a Light On When You Go”, “Sorry”, “Title of This Song” e “The Wolf Is On The Hill”.

De uma maneira geral, consumidores representantes da cultura participativa (JENKINS, 2006; 2008), ao apropriar-se da cultura de massa, criam dinâmicas sociais particulares e produtos próprios, em suportes variados, interpretando de maneira complexa o que recebe pelas mais diversas mídias. A web, principalmente a partir de sua versão 2.0<sup>135</sup>, tornou essa produção pública, trazendo esse universo para o centro do debate entre consumidores, produtores e reguladores de mídia. Um dos itens do debate trata da produção feita pelos fãs, que reinterpreta e compete com os textos “oficiais”. Seriam esses os casos das *fanfics*, dos *fanvideos*, entre outros tipos<sup>136</sup>. No entanto, é importante frisar que, quando

---

<sup>133</sup> Uma observação sobre o estado do site atualmente: como não aparenta haver moderação no envio de material, uma minoria de vídeos, principalmente os mais recentes, não são relacionados ao projeto *Song Reader*. Ou seja, usuários utilizaram a ferramenta criada para o projeto de Beck para compartilhar outros conteúdos, talvez, apostando na visibilidade que esse material teria a partir da página *songreader.net*.

<sup>134</sup> A empresa Warby Parker desenvolveu uma parceria com *Song Reader*, promovendo a marca pedindo que as pessoas enviassem suas interpretações para a música “Sorry”.

<sup>135</sup> “A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo” (PRIMO, 2007).

<sup>136</sup> Para saber mais sobre os variados tipos de produtos feitos pela cultura do fã, conferir Curi (2010).

Jenkins fala da cultura participativa, ele não se refere somente aos fãs. Ainda que o autor reconheça que essa categoria de consumidor tenha uma postura mais engajada com seus objetos de admiração, todos nós estamos envolvidos nessas práticas, em maior ou menor grau (JENKINS, 2008). Para Jenkins (2006), uma das tendências dessa cultura participativa, alimentada pelos mecanismos da Web 2.0, é o fortalecimento de uma produção midiática do tipo *do-it-yourself* (DIY) – ou, “faça-você-mesmo” (JENKINS, 2006, p. 136).

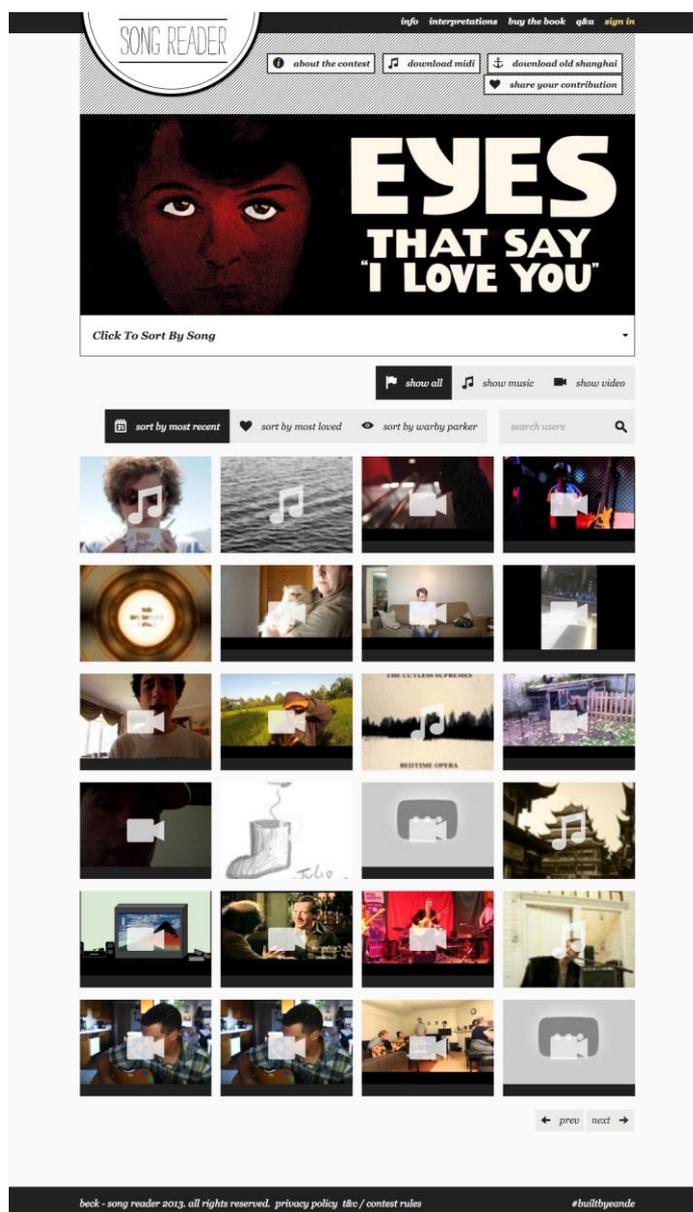


FIG. 21: Captura de tela do site *songreader.net*

No caso da música, essa atitude é facilmente percebida. Pinto (2012) recupera a trajetória do desenvolvimento de diversos instrumentos de execução e produção musical,

apontando como eles foram se tornando mais acessíveis com passar dos anos. Hoje, isso somado a canais de hospedagem na Internet e a possibilidade de disseminar conteúdo através de *sites* de redes sociais, formam uma equação que aponta diretamente para o lema “faça-você-mesmo”. No YouTube, por exemplo, é bastante comum a presença de vídeos de pessoas tocando e cantando na frente da webcam, competindo por atenção com os produtos de artistas independentes e grandes astros da música.

Uma das características de *Song Reader* bate justamente nessa questão. Como, na época do lançamento, não havia um registro sonoro oficial lançado por Beck, a única maneira de escutarmos as canções era tocando ou através das performances de outras pessoas, com formações e estilos diferentes. Essa variedade não é acidental. A liberdade dada aos intérpretes é um dos princípios fundamentais do projeto:

Essas músicas são feitas para serem desmontadas e recombinadas. A ideia delas sendo tocadas por corais, bandas de metais, conjuntos de cordas, qualquer coisa fora do constructo tradicional da banda de rock – é interessante porque está fora de onde os meus sons normalmente existem. Eu pensei bastante para fazer essas músicas tocáveis e acessíveis, mas ainda musicalmente interessantes. Eu acho que alguns dos melhores covers irão reimaginar a estrutura dos acordes, tomar liberdades com as melodias, o fraseado, e até mesmo as letras. Não há regras na interpretação<sup>137</sup>.

No que diz respeito aos vídeos, as escolhas de interpretação são tão variadas quanto a qualidade do áudio ou do vídeo compartilhado. Para a música “Why Did You Make Me Care?”, por exemplo, uma banda denominada Playbeck – talvez, o nome seja apenas coincidência – toca a música ao vivo, transformando-a em um hard rock que lembra algumas músicas do grupo Heart, de grande sucesso nos anos 1970 e 80. Já The Four Baritones and Nora Fisher optam por um caminho mais minimalista, porém intenso. São quatro músicos tocando saxofone barítono e tenor e a vocalista que, alternando entre momentos suaves e fortes, oferece um dinamismo impressionante à faixa e, claro, bastante diferente do exemplo anterior. O usuário Jim Altieri, por sua vez, compartilhou no site do projeto uma versão mais presa à partitura, tocando-a no piano enquanto canta a melodia. É interessante perceber que, somados, os vídeos mencionados não contam com mais de mil acessos. Entretanto, esses são apenas três exemplos. Se tomarmos como base o fato de que o site *songreader.net* recebeu

---

<sup>137</sup> Tradução do autor para: “These songs are meant to be pulled apart and reshaped. The idea of them being played by choirs, brass bands, string ensembles, anything outside of traditional rock-band constructs – it’s interesting because it’s outside of where my songs normally exist. I thought a lot about making these songs playable and approachable, but still musically interesting. I think some of the best covers will reimagine the chord structure, take liberties with the melodies, the phrasing, even the lyrics themselves. There are no rules in interpretation.” Fonte: A Q&A with Beck Hansen, author of *Song Reader*. **McSweeney’s**. Disponível em <<http://www.mcsweeney.net/articles/a-qa-with-beck-hansen-author-of-song-reader/>>. Acesso em: 27/06/2013.

centenas de inscrições – e mais de três anos depois de seu lançamento, ainda recebe material, mesmo que mais esporadicamente –, no total podemos facilmente supor que o projeto *Song Reader* chegou a milhares de pessoas<sup>138</sup>.

O site cumpre um papel fundamental para a expansão do projeto. Partituras – mesmo digitalizadas – não circulam tão intensamente quanto arquivos musicais disponíveis na Internet. Nesse sentido, a vertente online de *Song Reader* amplia a distribuição das composições de Beck. Afinal, além de estar no site, disponível para que outras pessoas possam escutar as gravações realizadas e submetidas pelo usuários, cada um desses vídeos e músicas vai circular em sua própria rede, cujos contatos, não necessariamente, teriam qualquer proximidade com as músicas de *Song Reader* se não fosse dessa forma. Para ficarmos somente nos vídeos, como apontado por Pereira de Sá e Cunha (2014), o YouTube vem cumprindo um papel fundamental na indústria da música, com artistas cada vez mais investindo em vídeos para atingir seu público. No caso de *Song Reader*, nem isso precisou ser feito – as próprias pessoas se encarregaram de produzir seus vídeos e colocar a música de Beck em circulação.

Nessa direção, cabe retomar o estudo de Baym e Burnet (2009) sobre fãs “amadores especialistas”, que cumprem um papel ativo na promoção e circulação de artistas e suas produções. Segundo os autores, “estes fãs são uma manifestação da ‘cultura participativa’ por trás da Web 2.0 na qual o conteúdo gerado pelo usuário fica ao lado de conteúdo produzido profissionalmente em chamar a atenção da audiência” (BAYM e BURNET, 2009, p. 434). Em sua pesquisa, reconhecem que há uma tensão nesse tipo de atividade que diz respeito às críticas que veem tais práticas “como um exemplo de exploração” uma vez que fãs trabalham, efetivamente, de graça. Assim, colocam a questão:

Eles são participantes empoderados demarcando posições cruciais na nova economia digital ou eles são inocentes explorados, enfraquecidos por uma indústria cultural que os tornou em empregados de fato que trabalham por prazer afetivo ao invés de salários? [...] Em cenas como essa, exploração e retribuição justa são questões de percepção. O desafio que se estende diante de nós é identificar as circunstâncias sob as quais pessoas vivenciam suas contribuições como exploração e aquelas sob as quais elas não fazem isso, e entender as estratégias pelas quais eles administram essas tensões (BAYM e BURNET, 2009, p. 445).

---

<sup>138</sup> Os três artistas citados aqui enviaram seus vídeos com interpretações de “Why Did You Make Me Care?” para o site <http://songreader.net>. A escolha deles foi aleatória, mas ajuda a mostrar a variedade de estilos que compõem essa vertente do projeto. Todos os vídeos estão disponíveis no YouTube também. Para acessá-los, os links são: Playbeck, disponível em <<https://youtu.be/LxHr8Q4WhsE>>; The Four Baritones and Nora Fischer, disponível em <<https://youtu.be/uWZ00laWED4>> e Jim Altieri, disponível em <<https://youtu.be/RaF0d7JZgPc>>. Os links foram acessados pela última vez em 15 de fevereiro de 2016.

Tomando uma via de análise similar, Morris (2014), destaca as tensões surgidas pelo crescente uso das novas tecnologias de informação e da comunicação, particularmente as chamadas “mídias sociais”, no contexto da criação e consumo musical. De acordo com o autor, por um lado, artistas têm sido mais pressionados a adotar o papel de “empreendedores”, desenvolvendo tarefas que vão além da produção musical, por exemplo, desenvolvendo campanhas de marketing e atuando como relações públicas; por outro, fãs estão cada vez mais sendo convocados a participar de processos criativos, complexificando as formas de consumo musical. De acordo com autor, o “trabalho co-criativo” – aquele desenvolvido conjuntamente por fãs e artistas – implica em uma pluralidade de formas de vivenciar a música, através de diferentes mídias e formas de engajamento. Finalmente, pontua ainda que: “[a] digitalização revelou algo que tem sido por muito tempo uma verdade central das mercadorias culturais: as pessoas não estão pagando somente pelos objetos; elas estão pagando também pelos significados que associam aos objetos” (MORRIS, 2014, p. 287). No caso de *Song Reader*, parece haver uma diversidade de “significados”, desde a transformação do ouvinte em performer, a possibilidade de se engajar mais intensamente com as músicas de Beck, as formas variadas de interpretar as canções, as diferentes versões para uma mesma peça musical e, em um sentido mais amplo, a percepção de tomar parte na trajetória histórica da cultura da música.

Uma das expressões centrais para o debate é a ideia de “conteúdo gerado pelo usuário” (CGU) – traduzido do inglês, *user-generated content* (UGC) –, “um termo cunhado por pesquisadores de novas mídias para se referir a artefatos digitais criados por pessoas comuns agindo por conta própria, ao contrário de corporações ou interesses comerciais, com a intenção de subir para a Internet para uso do público geral” (WALDRON, 2013, p. 258). Adotando um discurso celebratório, Cayari (2011) vê o YouTube como um “poderoso espaço que possibilita novas formas de consumir, criar e compartilhar música” e disso decorre uma série de efeitos, como a participação crescente de músicos e usuários da rede compartilhando vídeos de *covers*, composições originais e comentários críticos, estimulando a circulação musical no ambiente online.

Beer (2008) reconhece que tem havido um deslocamento do consumo de música na direção das novas tecnologias da informação e da comunicação, “ou ao menos em direção a imbricações complexas entre artefatos virtuais e físicos em práticas musicais cotidianas”. O *Song Reader* de Beck é um claro exemplo desse tipo de imbricamento. Apesar do livro sugerir ser o produto principal, a segunda parte da experiência envolve o consumo digital de música através de sites de redes sociais, como o YouTube. Se o objetivo é dar vida às músicas do

álbum na execução das partituras, a complementação da atividade acontece no ato de escutá-las, por exemplo, no site colaborativo. Dessa forma, *Song Reader* cria uma rede complexa que envolve diversos agentes ativos no circuito da música: leitores de partitura, músicos profissionais e amadores, fãs, ouvintes, webdesigners, entre outros. Além do mais cabe pontuar que, como sugerimos antes, é tão interessante para um músico como Beck ter pessoas adquirindo e usufruindo de seu trabalho, quanto ter fãs o colocando em circulação.

Por fim, *Song Reader* reacende o debate entre profissionalismo e amadorismo sob dois ângulos principais. O primeiro diz respeito ao processo de institucionalização do YouTube (KIM, 2012), através de tensões entre esses dois modos de uso do site. Interessado em investigar de que maneiras a plataforma de vídeos vem sendo usada por indústrias de mídia como fonte de arrecadação financeira e promoção, Kim aponta a “tensão entre CGU e CGP [Conteúdo Gerado Profissionalmente]” ao afirmar que, “enfatizando o CGP, um serviço de vídeo em rede não segue as filosofias de base do CGU, as quais são o amadorismo e o populismo.” Em tese, os vídeos gerados através da execução e gravação das músicas de *Song Reader*, seguem um modo de produção representativo do uso “amador” do YouTube. Ao mesmo tempo, essas performances parecem tensionar esse uso amador com o profissional, uma vez que estão articuladas a uma estratégia promocional, institucionalizada, de circulação musical por parte dos criadores do projeto.

O outro ângulo para pensar essas questões, reside na discussão entre formas de classificar uma performance amadora de uma profissional. No caso da música clássica, Dahl (2009, p. 74), destaca a diferença na hierarquia de performances entre amadores e profissionais:

músicos amadores poderiam, claro, ser tecnicamente iguais a profissionais, mas eles não eram notados por suas habilidades de interpretação. Muitos critérios poderiam separar amadores e profissionais, incluindo formação, pagamento, extensão do repertório e gênero, mas é o profissional quem estabelece a tradição interpretativa e não o amador<sup>139</sup>.

Apesar do foco na música clássica, tal distinção parece se aplicar também a outros cenários, como aquele colocado por *Song Reader*, uma vez que o livro de partituras oferece ao ouvinte/ intérprete um mapa para trabalhar as canções segundo seus próprios critérios artísticos e materiais disponíveis. Entendendo que são diversas as características que

---

<sup>139</sup> Tradução do autor para: “Amateur musicians could of course be technically equal to professional, but they were not noted for their interpretive abilities. Many criteria could separate amateurs and professional, including educational background, payment, range or repertoire, and gender, but it is the professional who establish the interpretative tradition and not the amateur”.

diferenciam uma performance profissional da amadora, desde o local de apresentação, até a remuneração pelo trabalho realizado – como no caso dos artistas que vendem suas próprias interpretações do álbum de Beck – *Song Reader* está inserido em uma teia complexa de atribuições de valor. Ainda que alguns músicos possam utilizar recursos mais aprimorados e sejam tecnicamente melhores, parece que o objetivo é outro: fazer aquelas músicas ganharem vida. Não importa se o produto sonoro final vai ser “superproduzido” ou sonoramente “tosco”, *lo-fi*; se o vídeo vai ser um registro “ao vivo”, um videoclipe ou gravado direto da webcam. O objetivo é pegar o instrumento, tocar, gravar e jogar na rede, misturando no mesmo ambiente músicos iniciantes e experientes, *big bands* e trios de rock, vozes femininas e masculinas. Como o próprio artista diz: “No que diz respeito a essas músicas, elas estão aqui para serem trazidas à vida – ou, pelo menos, para nos lembrar de que, há não muito tempo atrás, uma música era apenas um pedaço de papel até ser tocada por alguém. Qualquer um. Até você”<sup>140</sup>.

\* \* \*

Em 2014, dois anos após o lançamento de *Song Reader*, Beck lançou as gravações – em CD, vinil e MP3 –, das músicas apresentadas primeiramente no livro. Produzido pelo próprio artista e Randall Poster, com a exceção de “Heaven’s Ladder”, todas as outras faixas são executadas por outros músicos, como Jack White, Norah Jones, Laura Marling, Juanes, Jarvis Cocker e Jack Black. Como aponta uma crítica no site *Allmusic.com*<sup>141</sup>,

Se o *Song Reader* gravado é uma confusão, talvez isso fosse inevitável: Beck escreveu essas músicas para capturar muitos estilos diferentes e elas não eram necessariamente feitas para serem tocadas de ponta a ponta na frente de um público – elas foram feitas para serem aprendidas em casa e exibidas para o mundo. Ter as músicas preservadas em gravação rebaixa levemente esta intenção mas isto ainda é uma coleção estranha, agradável, de músicas e é legal que não músicos – e ouvintes com uma aversão a interpretações caseiras no YouTube – possam ouvi-las também<sup>142</sup>.

---

<sup>140</sup> Tradução do autor para: “As for these songs, they’re here to be brought to life—or at least to remind us that, not so long ago, a song was only a piece of paper until it was played by someone. Anyone. Even you.” Fonte: HANSEN, B. A preface to “Song Reader”. **The New Yorker**. Nov., 2012. Disponível em: <<http://www.newyorker.com/online/blogs/culture/2012/11/beck-a-preface-to-song-reader.html>>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

<sup>141</sup> Crítica disponível em: <<http://www.allmusic.com/album/song-reader-mw0002710310>>. Último acesso em: 20 fev. 2016.

<sup>142</sup> Tradução do autor para: “If the recorded Song Reader is a hodgepodge, perhaps that was inevitable: Beck wrote these songs to capture many different styles and they weren’t necessarily meant to be played back to back

Diante deste evento, a discussão torna-se ainda mais complexa, uma vez que o lançamento em suportes fonográficos amplia o projeto e traz novas questões. Ainda que vários músicos tenham se engajado com a proposta de *Song Reader* e compartilhado suas interpretações no site e, em alguns casos, lançado CDs próprios com as gravações, nos parece que o registro gravado lançado por Beck e convidados retira parte da liberdade prometida pela partitura. Será que é possível desassociar-se completamente da interpretação desses músicos depois de ouvi-las para criar uma versão própria das músicas? No áudio, aqueles elementos que não são facilmente transponíveis para a partitura aparecem em destaque, como a entonação da voz, o peso de algumas palavras ao longo das canções, o conjunto de instrumentos, as técnicas de produção empregados na gravação, a duração precisa da música, entre outros. Claro, a liberdade para criar outras versões existe, mas a gravação parece dar um tom “oficial” às músicas que transforma qualquer outra versão em tributo, homenagem, *cover* e não interpretações legítimas, sem ponto de comparação uma vez que elas só existiam em papel – justamente o ponto de partida de *Song Reader*. Não queremos, com isso, dizer que o lançamento de *Song Reader* em áudio invalida toda a proposta do projeto – mas, de fato, traz uma série de desdobramentos importantes de serem debatidos.

Outro ponto que destacamos é a questão da autoria que, na verdade, já aparece até mesmo antes. Sobre a influência do autor ou compositor na interpretação de seu trabalho, Brenner (2013, online) pontua que:

Um nome do autor ou intenções, se são conhecidos por nós, podem influenciar a forma que interpretamos o trabalho e nós todos provavelmente escolhemos ou excluimos textos por conta das nossas expectativas sobre um certo autor. Mas quando os criadores de um trabalho ou suas intenções não são conhecidas, como é o caso de Beck, somos forçados a criar nossa própria interpretação [...] <sup>143</sup>.

Vale a pena questionar se, em primeiro lugar, o próprio autor – no caso, Beck – é capaz de influenciar a forma de interpretação das músicas em *Song Reader*. Ainda que ele circule no *mainstream*, Beck está atrelado a certa esfera de atuação mais associada a valores compartilhados por circuitos “alternativos”, “*indie*”, “artísticos” etc., que prontamente já acionam uma série de expectativas acerca de suas músicas. Sendo assim, mesmo que a

---

in front of an audience – they were meant to be learned at home and brought out into the world. Having the songs preserved on record undercuts that intention slightly but this is still an odd, delightful collection of tunes and it's nice that non-musicians -- and listeners with an aversion to homemade YouTube renditions – get to hear these now too”.

<sup>143</sup> Tradução do autor para: “[...] an author’s name and intentions, if they are known to us, might influence the way we interpret the work and we’ve probably all chosen or excluded texts because of our expectations regarding a certain author. But when the creators of a work or their intentions are not known, as is the case with Beck, we are forced to come up with our own interpretation [...]”.

proposta de *Song Reader* esteja centrada na liberdade dada aos intérpretes, por serem assinadas por Beck, as músicas já ganham um direcionamento difícil de mensurar, por parte dos músicos que se aventuram a criar suas próprias versões. Um desdobramento desse problema reside na gravação de *Song Reader* lançada em CD. Afinal, as interpretações registradas em áudio também configuram uma espécie de autoria e, talvez, seja difícil de separar completamente a gravação da vontade de criar algo totalmente novo através da partitura. Como destaca uma crítica do CD publicada na edição norte-americana da revista *Rolling Stone*,

O que é mais incrível nessas performances estelares do livro de partitura de Beck, *Song Reader*, de 2012 [...], não é o quanto elas soam como músicas de Beck mas o quanto elas soam como os artistas que as tocam. Isso é apropriado para músicas com uma cara propositalmente não singular, escritas para que outras pessoas as toquem. De qualquer forma, isto é Beck, então tem também uma esquisitice sutil, mágica, mesmo nas faixas mais diretas (HERMES, 2014, online)<sup>144</sup>.

Por fim, a título de provocação, vale a pena retomarmos o trabalho de Attali (1985). Além das três redes citadas anteriormente, o autor propõe uma quarta, denominada “composição”, onde “a música não é mais feita para ser representada ou acumulada, mas para participação em uma peça coletiva, em uma busca constante para a comunicação imediata, nova, sem ritual e sempre instável (ATTALI, 1985, p. 141).” Para isso, a “composição” precisa de tecnologias que sustentem esses novos valores. No caso de *Song Reader*, papel, instrumentos musicais, dispositivos de gravação e uma conexão de Internet são os elementos necessários para fazermos parte de um coletivo que se materializa no site. Ao mesmo tempo, esse álbum de partituras nos faz transitar por épocas diferentes, confrontando o velho com o novo, o ultrapassado com o *hype*, o papel com os dados digitais. Afinal, como o próprio Beck diz, “cada era encontra algo novo a que retornar; coisas que pareciam antiquadas têm um jeito de voltar em novas formas e revelar aspectos de si próprias que nós talvez não tenhamos percebido antes.<sup>145</sup>”

---

<sup>144</sup> Tradução do autor para: “What’s most amazing about these all-star performances of Beck’s 2012 sheet-music book *Song Reader* [...] isn’t how much they sound like Beck songs but how much they sound like the artists who cover them. This is fitting for songs with a purposeful facelessness, written for others to perform. Then again, this is Beck, so there’s also subtle, magical weirdness in even the most straightforward tunes”.

<sup>145</sup> Tradução do autor para: “Each era finds something new to return to; things that seemed out of date have a way of coming back in new forms, and revealing aspects of themselves we might not have noticed before.”  
Fonte: HANSEN, B. A preface to “*Song Reader*”. **The New Yorker**, nov., 2012. Disponível em: <<http://www.newyorker.com/online/blogs/culture/2012/11/beck-a-preface-to-song-reader.html>>. Acesso em: 3 de julho de 2013.

## FAIXA 4

### Biophilia

“Eu lembro de ir a um *cyber* café – com muita, muita ressaca – e escrever o manifesto: esta música sobre relâmpago está ensinando você sobre arpejos, cristais estão ensinando você sobre estrutura, DNA sobre ritmos e assim por diante...” – *Björk*, em entrevista para a revista *Dazed & Confused*, em agosto de 2011, edição para iPad.

A artista islandesa Björk talvez seja uma das personalidades da música que mais consegue produzir música de vertente experimental, sem abrir mão de uma exposição similar a grandes estrelas da música. Seu trabalho vai do experimental ao pop e é constantemente marcado por um caráter inovador, seja pelo uso de instrumentos inusitados – ou até mesmo criados para determinada produção –, seja pela exploração de novos caminhos para levar suas músicas a público. Como pontua uma reportagem no site da edição norte-americana da revista *Rolling Stone*<sup>146</sup>, “Björk é muito mais do que uma musicista – ela também é uma inovadora em arte performática, filme, moda, arte visual e *design* de instrumento”. Reynolds (2011b, online) toca em um ponto central para entender a relação de Björk com as novas tecnologias, explicando que a artista as usa para “ampliar e expandir a experiência estética da música, ao invés de exaurir e vulgarizá-la”. Envolvida com diversos projetos musicais desde o início da adolescência, a cantora foi apresentada ao mundo através de sua banda Sugarcubes, que vivenciou um sucesso moderado com o lançamento de seu primeiro álbum, *Life's too good*, em 1988. Três discos depois, a banda acabou e a cantora se lançou em uma nova carreira solo com o álbum *Debut*, de 1993.

Com uma discografia que, além dos trabalhos solo, engloba trilhas sonoras, participações em gravações de outros músicos, composições para estrelas do porte de Madonna e álbuns de *remixes*, Björk procura usar influências diversas em suas produções, indo de Tom Jobim a Schoenberg. De 1993 a 2011, ano de lançamento de *Biophilia*, Björk

---

<sup>146</sup> “Bjork previews MoMa exhibition with visually stunning ‘Black Lake’ trailer. Disponível em <<http://www.rollingstone.com/music/videos/bjork-previews-moma-exhibition-with-visually-stunning-black-lake-trailer-20150213>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

vem procurando fazer músicas cada vez mais “estranhas” – ruídos, grunhidos e produções pouco comprometidas com clichês do *mainstream* – e, contrariando o senso comum, gozando de ainda mais prestígio em seu campo de atuação, principalmente pelo abalamento da crítica.

É possível dizer que a cantora costuma criar um álbum essencialmente diferente do outro. *Debut* e *Post* (1995) são, talvez os registros mais pop, sonoramente falando, com músicas dançantes e videoclipes de ampla exposição em emissoras de televisão, como a MTV. *Homogenic* (1997), com sua instrumentação potente, orquestrada por Eumir Deodato, começa a mostrar uma artista com mais vontade de experimentação. Em *Vespertine* (2001), apostou em ruídos mais delicados, contando com a destreza da harpista Zeena Parkins e os sons inusitados da dupla de música eletrônica experimental Matmos. *Medúlla* (2004) foi gravado em quase sua totalidade usando apenas vozes, recorrendo pontualmente a recursos eletrônicos para dar corpo a algumas faixas. O álbum seguinte, *Volta* (2007), trouxe uma Björk mais eclética e pop, estabelecendo parcerias com Antony Hegarty, da banda Antony and the Johnsons, e o produtor de hip hop Timbaland, que já trabalhou com artistas de peso, tais como Madonna, Justin Timberlake, Nelly Furtado e Missy Elliot.

Ainda que todos os álbuns de Björk tenham a sua importância e singularidade na variegada discografia da cantora, *Biophilia* (2011) merece um tratamento especial pela grandeza dos temas abordados e do lugar ocupado pelo álbum em um projeto multimídia mais amplo. Segundo ela:

Biophilia começou como uma ideia de uma “casa da música”, uma escola de música/museu para crianças em um dos prédios desocupados da Islândia. Depois, virou um filme 3D; em seguida, um centro de invenção para instrumentos musicais acústicos, um console de jogo eletrônico e um experimento de controlador touch-screen, e então, por último, mas não menos importante, uma caixa de aplicativos<sup>147</sup>.

De uma maneira geral, o álbum *Biophilia* trata das conexões entre música, natureza e tecnologia. Cada faixa enfatiza um assunto, que é explorado tanto na letra, quando nas escolhas de sons e instrumentos. Em ampla matéria publicada na edição britânica da revista *Wired*<sup>148</sup>, aponta-se que o projeto possui uma “ambição musicológica”, uma vez que cada faixa procura ensinar algo do fazer musical ao relacioná-la a um fenômeno da natureza ou aspecto científico. “Thunderbolt” por exemplo, usa arpejos enquanto a sonoridade é inspirada

---

<sup>147</sup> Editorial da revista “Dazed & Confused”, jul. 2011, escrito por Björk, editora convidada nesta edição.

<sup>148</sup> “Music, nature, science”. **Wired**. London: The Condé Nast Publications Ltd, ago. 2011. (Edição para iPad).

por relâmpagos; “Moon” relaciona sequências ao ciclo lunar; “Mutual Core” trava um diálogo musical entre acordes e formações geológicas através da movimentação de placas tectônicas, e assim por diante. Em entrevista (SCRUDATO, 2013), Björk explica que:

Às vezes, eu sinto como estivesse vivendo nesta espécie de mundo insular de som. Para que eu o representasse em um álbum, eu sabia que não haveria uma forma fácil de fazê-lo a não ser que eu pudesse incluir tudo. O mundo do som está nas moléculas e nas galáxias e em tudo que está entre isso. Também por ter [sido feito para] ser educativo para crianças, teria que começar pelo início<sup>149</sup>.

Lançado em CD, MP3 e disco de vinil, *Biophilia* também foi distribuído através de um aplicativo, o qual pode ser instalado em dispositivos móveis que utilizam os sistemas operacionais da Apple (iOS) ou do Google (Android). Esta última versão ficou conhecida como *app album* (BUSKIRK, 2011, online). Para desenvolvê-lo, Björk reuniu um grupo formado por profissionais de diferentes áreas, como musicólogos, programadores, animadores, cientistas e designers. O *app* foi desenvolvido em parceria com o Snibbe Studio e traz não somente as músicas do álbum – que, por sinal, foi composto parcialmente em um iPad – mas também animações, textos, imagens interativas e jogos. Cada mini-aplicativo dentro do aplicativo principal representa uma música do álbum e traz os seus próprios meios de navegação, relacionados ao assunto explorado na canção.

O aplicativo *Biophilia* vai ao encontro da tendência que procura atrelar novos dispositivos móveis, tais como *tablets* e *smartphones*, à distribuição de música. Nos últimos anos, vemos com cada vez mais frequência essas ferramentas impulsionando novos modelos de negócio na indústria fonográfica. De celulares que funcionam também como tocadores de MP3 a programas que facilitam o acesso a um catálogo gigantesco de gravações, são diversas as possibilidades exploradas por profissionais da música e de tecnologia. Ao mesmo tempo, o aplicativo *Biophilia* posiciona-se como um exemplo importante de reconfiguração das *convenções simbólico-materiais* do álbum nas novas mídias, articulando o formato com outros *protocolos de escuta e protocolos de usos dos paratextos*.

O presente capítulo está dividido em três partes. Primeiramente, faz-se necessário contextualizar a discussão, mostrando as diversas articulações entre tecnologias móveis de comunicação e a cultura da música. Em seguida, apresentamos detalhadamente o aplicativo, focando principalmente nas experiências interativas para, ao final, pensar a remediação do

---

<sup>149</sup> Tradução do autor para: “Sometimes I feel like I’m living in this sort of insular world of sound. For me to represent it in on album, I knew there was no way to do it unless I could include everything. The world of sound is in the molecules and the galaxies and everything in between. Also because it was [meant to be] educational to kids, it had to start in the beginning”.

álbum de música no suporte. As questões de fundo que guiam nossa análise são: qual o papel da materialidade dos dispositivos móveis (iPads, iPhones etc.) e dos suportes (aplicativos) nessa reconfiguração do álbum? Como as convenções do formato são trabalhadas nessa nova tecnologia?

#### **4.1 Articulações entre tecnologias móveis de comunicação e a cultura da música**

Atualmente, há um intenso debate acerca das questões levantadas entre música digital e mobilidade. Na realidade, a escuta realizada por meio de tocadores de MP3 trata-se de uma ampliação de modos impulsionados por tecnologias como o rádio e o Walkman (OBICI, 2008). Pensando as relações entre o rádio de pilha e o celular, Fidalgo (2013, p. 19) destaca que o pano de fundo da discussão reside tanto na questão da portabilidade, quanto no fato de ambos serem, primariamente um dispositivo de áudio, já que o celular é, antes de tudo, um aparelho “feito para falar e ouvir”. O caso de estações de rádio transmitidas pela Internet, por sua vez, adiciona um novo conjunto de problemas, uma vez que é preciso conectar o aparelho celular em uma rede sem fios ou contratar um pacote de dados com as operadoras de telefone, o que pode se mostrar custoso para grande parte dos usuários. Para além da escuta em si, tecnologias móveis abrem caminhos para diversas possibilidades de distribuição musical (DE MARCHI, ALBORNOZ e HERSCHMANN, 2010) – por exemplo, através do *Bluetooth* (YÚDICE, 2011; LEMOS, 2012) – e para tensionamentos artísticos na relação entre espaço, lugar, comunicação e mobilidade, no caso das mídias locativas (LEMOS, 2009).

Debatendo questões entre cidade e mobilidade, Lemos (2007, p. 123–125) pergunta: “Qual a característica das novas formas midiáticas emergentes com a mobilidade telemática das cibercidades contemporâneas?” Segundo o autor, essas mudanças são marcadas pelas articulações entre mídias com “funções massivas” – como impresso, rádio e TV – e aquelas com “funções pós-massivas” – exemplificadas como blogs, wikis, podcasts, mídias sociais, ferramentas de compartilhamento de arquivo do tipo P2P e telefones celulares multifuncionais. As mídias de funções pós-massivas seriam aquelas operadas a partir de redes telemáticas, que reafirmam princípios centrais da cibercultura, entre eles “a reconfiguração das instituições e da indústria cultura de massa”.

Já há alguns anos que o telefone celular deixou de ser “apenas” um telefone. Não mais visto somente como um artefato para fazer e receber chamadas, novos dispositivos móveis de comunicação são praticamente computadores portáteis (PELLANDA, 2009; BENAZZI e

AZEREDO, 2013). Os desenvolvimentos da “música móvel”, segundo Wang (2015, p. 487), foram impulsionadas pela “proliferação do *smartphone* – dispositivos portáteis e compactos com sensores físicos acoplados a ele, conectividade persistente e sensibilidade à localização”. Desde o final da última década, esse tipo de artefato vem trazendo uma quantidade crescente de recursos e programas que são acessados diretamente no aparelho. *Smartphones* são usados para fazer e receber chamadas, mas também para ler notícias, acessar e-mails, jogar, assistir filmes, ouvir música e até para contar perda de calorias em sessões de atividade física, entre outros. Mais do que um instrumento multifuncional, o uso crescente de aplicativos através de dispositivos móveis e a exploração das possibilidades de distribuição de bens culturais por esse canal são sinais, entre outros, de uma nova etapa da história da Internet e da necessidade de criação de novos formatos para bens culturais em geral, mais em acordo com as características das tecnologias móveis. Como sugerido por Cavallini, Xavier e Sochaczwski (2010), entretanto, dispositivos móveis de comunicação devem ser pensados além do celular, uma vez que diversos outros tipos de aparelhos, como *tablets*, PDAs, videogames portáteis, leitores de livros digitais e tocadores de MP3, também oferecem recursos como a conectividade a Internet e a execução de aplicativos.

Com a popularização de *tablets* e *smartphones*<sup>150</sup>, artistas vêm cada vez mais explorando a possibilidade de distribuir suas músicas através de aplicativos, tornando-os um canal de interação constante com os fãs (BUSKIRK, 2009). De acordo com Amaral e Souza (2013), aplicativos para celulares já eram uma realidade desde o final dos anos 1990, tomando a forma de programas nativos que já vinham pré-instalados no aparelho, como as funções de calendário, calculadora e jogos. Novos desenvolvimentos técnicos, como a possibilidade de conectar dispositivos móveis à Internet, permitiram que os próprios usuários instalassem *apps* adquirindo-os através de lojas virtuais, personalizando a experiência de uso nos dispositivos e ampliaram os meios de produção e comercialização desses *softwares*. De acordo com as autoras, valores como personalização e otimização se destacam na experiência de uso desses produtos, uma vez que estão integrados às “propriedades de mobilidade” do dispositivo. Nesta seção, abordaremos de forma mais geral a expansão do uso de dispositivos móveis através da importância de aplicativos como criadores de uma nova experiência de consumo midiático e os efeitos na cultura da música.

---

<sup>150</sup> Segundo a pesquisa *Mobile Report*, da Nielsen IBOPE, no primeiro trimestre de 2015, “o total de pessoas que utilizam a internet por meio de um *smartphone* chegou a 68,4 milhões” só no Brasil, 10 milhões a mais de pessoas registradas no trimestre anterior. Entre os conteúdos e serviços mais usados por brasileiros enquanto estão conectados ao *smartphone* encontram-se redes sociais, mensagens, e-mail, vídeos, notícias, música e portais (NIELSEN, 2015, online).

Conforme dados coletados por Carare (2012, p. 721–722), até janeiro de 2011 a loja de aplicativos da Apple<sup>151</sup> – criada em julho de 2008 – havia disponibilizado mais de 350 mil *apps* para *download* e, segundo dados da empresa, haviam sido feitos mais de 10 bilhões de *downloads* de *apps*. Na loja virtual, esses aplicativos são classificados através de diversas categorias, como música, negócios, jogos, redes sociais e livros, entre outros, sendo jogos a mais popular. Indica o autor que uma série de fatores faz do mercado de aplicativos um ambiente em ebulição, tais como a grande quantidade de desenvolvedores, baixos custos de licenciamento para venda na loja e o número crescente de aplicativos postos em circulação. *Apps* podem ser vendidos diretamente ao consumidor com mediação da loja ou podem ser distribuídos gratuitamente. Os que são adquiridos de forma gratuita, geralmente, são versões simplificadas, com funções limitadas, dos aplicativos pagos e/ ou exibem publicidade como fonte de geração de receita (CAVALLINI; XAVIER; SOCHACZEWSKI, 2010). Também é comum a prática, tanto em *apps* gratuitos quanto os pagos, de oferecer funcionalidades extras ou bens virtuais – especialmente no caso de jogos sociais (REBS, 2012) – mediante pagamento realizado diretamente através do aplicativo, ampliando as possibilidades de uso dos programas.

Conforme apontam Anderson e Wolff (2010, online) na matéria cujo sugestivo título é *The web is dead. Long live the Internet*, o uso crescente de aplicativos conectados – seja através do computador, de consoles de videogame, aparelhos televisores ou dispositivos móveis – vem instituindo um novo paradigma na história da Internet, centrado menos na utilização Web através de navegadores e mais voltado para serviços específicos, como programas de troca de mensagens, chamadas em vídeo e áudio, transmissão de filmes, programas de televisão ou música, entre outros. De acordo com os autores isso é uma mudança expressiva. Temos cada vez mais nos orientado para plataformas semifechadas que usam a Internet, mas não o navegador para exibir e oferecer serviços, produtos e conteúdo. E isso vem mudando significativamente a forma de se fazer negócios no mercado digital.

Desde o nascimento da Web comercial, a tecnologia tem eclipsado o conteúdo. O novo modelo de negócios é tentar deixar o conteúdo – o produto, por assim dizer – eclipsar a tecnologia. [Steve] Jobs e [Mark] Zuckerberg estão tentando fazer isso como magnatas da velha-mídia, afinando todos os aspectos dos seus produtos, fornecendo uma experiência mais desenvolvida, direcionada e polida. A nova geração de excitantes serviços de Internet – como o Spotify, o muito antecipado

---

<sup>151</sup> Atualmente, os sistemas operacionais da Apple e do Google, respectivamente iOS e Android, são dominantes no mercado de *smartphones*. Segundo a Gartner, firma de pesquisa e consultoria em tecnologia da informação, de todos os *smartphones* vendidos globalmente no segundo trimestre de 2015, 96,2% possuíam os sistemas operacionais das empresas citadas. Fonte: <<http://www.gartner.com/newsroom/id/3115517>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

serviço de *streaming* musical; e a Netflix, que deixa os usuários transmitirem filmes diretamente para suas telas de computador, aparelhos de Blu-ray ou [aparelhos de videogame] Xbox 360 – também nos tira da Web. Estamos retornando para um mundo que já existe – um no qual nós buscamos os efeitos transformativos da música e do filme ao invés de nosso breve (relativamente falando) flerte com os efeitos transformativos da Web (ANDERSON e WOLFF, 2010, online)<sup>152</sup>.

Uma série de pesquisas vem tentando dar conta desse mercado, em constante expansão, destacando principalmente as formas de se usar a Internet nesse contexto. De acordo com relatório da Flurry (PEREZ, 2015, online), empresa que realiza pesquisas de mercado no universo dos dispositivos móveis, o uso de aplicativos cresceu 76% em 2014. As categorias de jogos, música, mídia e entretenimento, apesar de continuarem populares, cresceram menos do que no ano anterior. Em sintonia com a reportagem de Anderson e Wolff (2010), a coleta de dados mostra que, pelo menos no contexto norte-americano, o uso de aplicativos tem sido mais popular do que a navegação pela Web nos aparelhos. Quanto ao tempo de uso, em 2013, *websites* móveis eram usados, na média, por 31 minutos diariamente entre consumidores americanos; no ano seguinte, a média caiu para 22 minutos. A pesquisa mostra também que as pessoas têm passado mais tempo em seus celulares: da média de 2 horas e 38 minutos em março de 2013 para 2 horas e 42 minutos um ano depois – “e eles passam ainda mais tempo usando *apps* ao invés da *web* móvel”.

Como apontam MacMillan, Burrows e Ante (2009, online), as práticas econômicas centradas no universo dos aplicativos móveis vêm criando novas fortunas e mudando significativamente a forma de se fazer negócios no meio digital. Entretanto, levantam um ponto importante:

O rápido crescimento e fortes rivais tem levado a comparações aos primeiros dias dos pioneiros da Web como Amazon.com (AMZN) e o eBAY (EBAY). Uma diferença significativa é que o negócio de *apps* tem virtualmente nenhuma barreira de entrada, o que quer dizer que é difícil para qualquer empresa manter a liderança. Hoje há milhares de pequenos desenvolvedores que lançam *apps* que não fazem um centavo<sup>153</sup>.

---

<sup>152</sup> Tradução do autor para: “Since the dawn of the comercial Web, technology has eclipsed content. The new business model is to try to let the content – the product, as it were – eclipse the technology. Jobs and Zuckerberg are trying to do this like old-media moguls, fine-tuning all aspects of their product, providing a more designed, directed, and polished experience. The rising breed of exciting Internet services – like Spotify, the hotly anticipated streaming music service; and Netflix, which lets users stream movies directly to their computer screen, Blu-ray players, or Xbox 360s – also pull us back from the Web. We are returning to a world that already exists – one in which we chase the transformative effects of music and film instead of our brief (relatively speaking) flirtation with the transformative effects of the Web”.

<sup>153</sup> Tradução do autor para: “The rapid growth and sharp rivalries have drawn comparisons to the early days of Web pioneers such as Amazon.com (AMZN) and eBay (EBAY). One significant difference is that the apps business has virtually no barriers to entry, meaning it is hard for any company to maintain a lead. Today there are thousands of small developers who crank out apps that don’t make a dime”.

A reconfiguração dos modelos de negócio da indústria da música também passa por esse caminho, mostrando que há um crescente uso de *apps* para a circulação musical, seja através de jogos, simulação de instrumentos musicais ou serviços de *streaming*. A transmissão de música pela Internet tem se consolidado como uma força importante na indústria, inclusive fazendo com que gravadoras e empresas que organizam as listas de músicas mais vendidas e executadas, adaptem sua metodologia para contabilizar o *streaming* nas paradas de sucesso, o que repercute em certificações como Discos de Ouro e de Platina (IFPI, 2015).

Serviços de *streaming* estocam músicas na “nuvem” e entregam o conteúdo ao consumidor, sem que ele precise adquirir, salvar ou fazer o *download* para o computador, através de um arquivo MP3, por exemplo. De acordo com Burkart (2014), serviços musicais baseados na tecnologia de “computação na nuvem” “continuam a trajetória evolutiva da música móvel em direção ao consumo individualizado, personalizado, portátil, com receitas geradas através de publicidade ou pagamentos diretos.” O fato é que o *streaming* afeta a forma do ouvinte de lidar com a música, estimulando novas possibilidades de se pensar coleções, arranjos e agrupamentos musicais (HAGEN, 2015).

Ainda segundo o mesmo relatório apresentado pela IFPI (2015), apesar de apresentar bons resultados pelo ponto de vista empresarial, o modelo de negócio do *streaming* vem encontrando dificuldades em remunerar artistas de maneira justa. Em geral, as formas de arrecadação através dessas ferramentas se divide em dois modelos: assinaturas pagas, que fornecem acesso a todas as funcionalidades do programa e não exibe anúncios para o usuário, e as assinaturas gratuitas que exibem anúncios, os quais são usados como fonte de renda para os provedores do serviço. Algumas empresas oferecem também um pacote mais caro que promete oferecer música em melhor qualidade.

Aliado a fatores como a competição com outros produtos de entretenimento e as rápidas mudanças no mercado da tecnologia, a popularização do *streaming* também vem afetando os *downloads* de música realizados por lojas virtuais, que apresentaram queda em 2015. Sobre a importância do dispositivo móvel na aceitação crescente do *streaming* na execução de música, a IFPI (2015, p. 21) aponta que “ao contrário das mudanças de formatos anteriores na indústria, incluindo mudanças para cassetes, CDs e *downloads*, a transição de *downloads* para *streaming* é mais rápida porque fãs não precisam comprar um novo hardware”.

Ainda segundo o *Digital Music Report* de 2015 (IFPI, 2015), o Brasil é um dos principais mercados da indústria da música, lidando com uma série plural de fontes de receita, como formatos físicos, “personalização em celulares”, assinaturas, vídeos e *downloads*. No caso brasileiro, uma estratégia-chave é a parceria entre serviços de assinatura musical e empresas de telecomunicações, como a Deezer<sup>154</sup> e o Napster<sup>155</sup>, que assinaram acordos com as operadoras de celular TIM e Vivo, respectivamente. Finalmente, aponta também que, ainda que tenha se visto um crescimento ao acesso de música por via legal – lojas de *downloads* ou serviços de assinatura – aplicativos ainda apresentam um desafio à pirataria musical, uma vez que diversos *apps* facilitam o acesso a conteúdo não autorizado, fazendo com que empresas como Google e Apple precisem monitorar com frequência suas lojas de aplicativos, impedindo a circulação de tais programas facilitadores.

Para além de novos fluxos de receita e canais de distribuição musical, as tecnologias centradas na comunicação móvel vêm também trilhando o caminho para a exploração de novos formatos da cultura da música. Na época do lançamento do primeiro iPad, *tablet* da Apple, agentes da indústria fonográfica começaram a investigar que usos poderiam ser feitos do dispositivo para servir à música. Em uma matéria publicada na revista *Billboard* (BRUNO, 2010, p. 22–25), fala-se de “contar com artistas que [...] estão agora abordando *apps* móveis como uma tela de expressão criativa ao invés de simplesmente promoção e distribuição”. Ainda que *smartphones* e *tablets* sejam ambos dispositivos móveis, há uma série de diferenças quanto à aparência – telas maiores no segundo caso – e processamento de dados, o que influi diretamente no desenvolvimento de programas para um ou outro dispositivo, e também na expectativa do tempo que usuários dedicariam ao uso desses produtos. No caso dos iPads, a reportagem comenta que desenvolvedores têm apostado em *apps* “mais imersivos [...], desenvolvidos para serem usados por horas, o que é muito diferente dos aplicativos criados para o iPhone, que são feitos para serem usados por apenas alguns minutos”. O texto, inclusive aponta que “gravadoras também esperam que o iPad irá desencadear um retorno para o formato álbum”.

Desde 2009 já se previa um crescimento de aplicativos móveis cujo conteúdo estaria centrado em um artista específico, inclusive com empresas terceirizadas desenvolvendo os

---

<sup>154</sup> A Deezer é uma empresa francesa que oferece o serviço de *streaming* de música. Atualmente, está presente em mais de 180 países, possui mais de 600 milhões de usuários pagantes e conta com mais de 40 milhões de faixas em seu catálogo. Para mais informações, conferir: <http://www.deezer.com/company>.

<sup>155</sup> O Napster que, no início dos anos 2000, foi alvo de grande debate acerca da gratuidade da música na Internet por meio do *peer-to-peer*, hoje funciona como um serviço de *streaming*, legalizado. Para mais informações, conferir: <http://br.napster.com/>.

programas (FORDE, 2009). Uma reportagem publicada em outra edição da *Music Week* no mesmo ano (MUSIC WEEK, 2009), destaca o crescimento de aplicativos móveis de artistas musicais que vão desde simples jogos a complexos portais, mais voltados para fãs. A importância desses programas reside não somente no acesso facilitado – “um simples toque na tela” – como também as atualizações constantes, deixando o consumidor em dia com notícias, novas músicas, vídeos etc. Outro ponto abordado pela matéria é a potência dos *apps* de colocar em circulação, em um novo contexto, álbuns de catálogo de uma banda que, “de outra forma, estariam ficando empoeirados em prateleiras digitais”. Sobre o retorno financeiro, discute ainda que

Uma gravadora pode gastar muito dinheiro encomendando um aplicativo de ponta para o iPhone, com nenhuma garantia de que ele irá dar um retorno financeiro nas vendas. Mesmo assim a verdadeira vantagem de tais *apps* é mais sobre engajar fãs, construir comunidades e criar um *buzz* importante ao redor de artistas e sua música<sup>156</sup>.

A articulação entre dispositivos móveis e a música é recente; mesmo assim tem sido intensamente explorada por artistas, consumidores, empresas de tecnologia e gravadoras. Nas próximas páginas, apresentamos o aplicativo *Biophilia* para, em seguida, trabalhar as tensões que ele estabelece com as *convenções simbólico-materiais* do formato álbum.

#### 4.2 O álbum-aplicativo *Biophilia*

O aplicativo *Biophilia* é estruturado através de um *app* principal, que dá acesso a outros dez aplicativos, um para cada faixa do álbum. Ao executar *Biophilia*, o usuário encontra uma galáxia (FIG. 22) com nove estrelas, cada uma com uma cor diferente, representando uma música do álbum e o convite “*swipe a finger to orbit*” (“deslize um dedo para orbitar”); o aplicativo para a canção “Cosmogony” só pode ser acessado pelo menu, localizado no canto superior esquerdo.

---

<sup>156</sup> Tradução do autor para: “A label can spend a lot of money commissioning a cutting-edge iPhone application, with no guarantee that it will make the cash back in sales. Yet the real benefit of such apps is more about engaging fans, building communities and creating all-important buzz around artists and their music”.

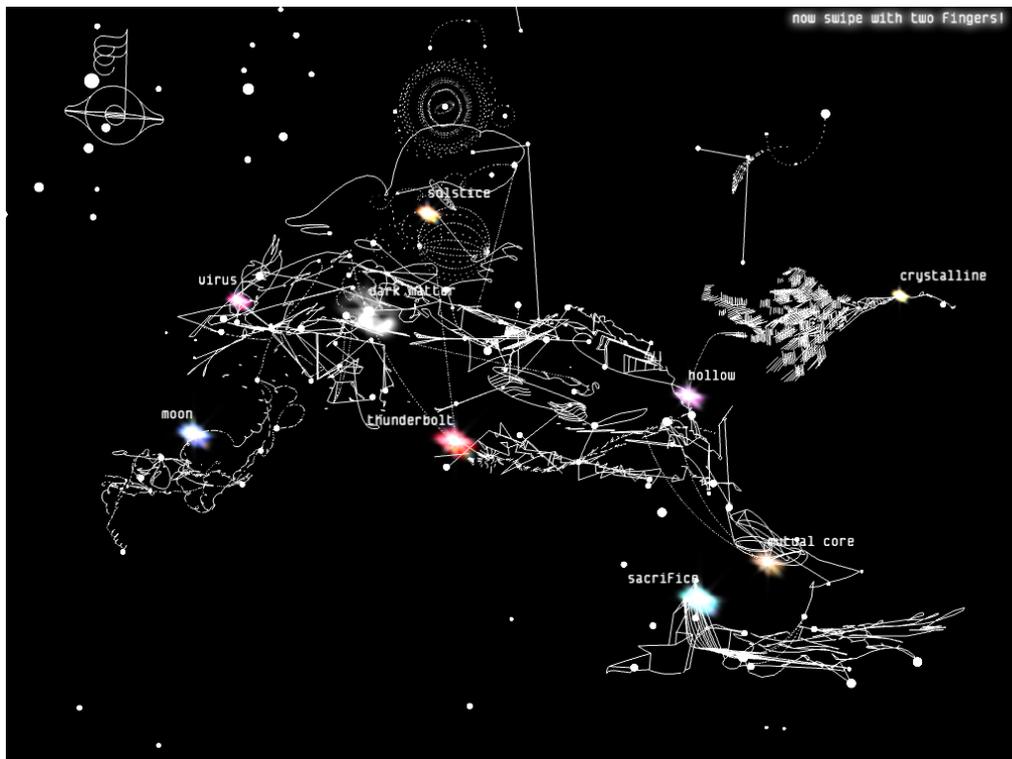


FIG. 22: Captura de tela do aplicativo *Biophilia* – Galáxia

A coordenação do projeto ficou por conta de Scott Snibbe, artista multimídia e empresário<sup>157</sup>. Em entrevista para a revista *Dazed & Confused*, Scott explica:

Eu sempre fui obcecado em fazer do computador uma extensão da mente humana, tornando-a interativa usando movimento, animação e som. [...] Mais precisamente, eu acho que ele [o álbum *Biophilia*] é sobre a infinitude da natureza em todas as suas escalas e como música se relaciona a isso. As pessoas esquecem que a matemática é uma forma de modelar a natureza e negligenciam a beleza e o prazer disso<sup>158</sup>.

Sobre a escolha do artista para integrar a equipe, Björk conta que:

Ele compartilhava a minha visão de fundir a música e os aplicativos, fez dois dos aplicativos, virou o gerente do projeto e vai inspecionar as projeções ao vivo, onde tentaremos fazer as pessoas se sentirem como se estivessem dentro do iPad, tocando e ouvindo os apps<sup>159</sup>.

<sup>157</sup> O artista já desenvolveu uma série de *apps* musicais. Além de *Biophilia*, é responsável também por *SYNTHETICA*, da banda canadense Metric e *REWORK\_*, parceria entre Beck e Philip Glass. Fonte: <http://www.snibbe.com/>.

<sup>158</sup> “Violently Appy”. *Dazed & Confused*. London: Waddell Limited, jul. 2011. (Edição para iPad).

<sup>159</sup> Idem.

Interessante também foi a negociação com as lojas virtuais da Apple, por onde tanto o *app* quanto o álbum poderiam ser adquiridos na época do lançamento. Conta a artista que o departamento de música – iTunes Store – e o de aplicativos – App Store – competem entre si e *Biophilia* foi o primeiro caso de um projeto promovido e comercializado ao mesmo tempo por esses dois canais. Enquanto na App Store, é possível fazer o *download* do *app*, na iTunes Store ficam disponíveis as músicas do álbum – que podem ser compradas em separado ou em conjunto<sup>160</sup>.

Diversas críticas, dentre as quais destacamos a de McDonnell (2011, online), apontaram as diferenças entre consumir o álbum em suportes mais tradicionais e nos dispositivos móveis através do aplicativo:

Dessa forma, você não tem acesso somente à versão animada de canções evanescentes com nomes orientados para [questões da] natureza como “Solstice” e “Virus”, mas a um jogo que permite aos usuários manipular elementos musicais, como a partitura sem os vocais para noites de karaokê esotéricas, um ensaio explicando a história e o significado de cada canção e, sim, letras<sup>161</sup>.

Entretanto, nem todas as críticas são positivas. Atendo-se mais ao aspecto musical do álbum, Gill (2011) escreve que

Ainda que existam lindos momentos em *Biophilia*, eles parecem mais como acidentes à medida que se ouve mais vezes. A chave aqui é que Björk, uma das cantoras mais dinâmicas e inspiradoras do nosso tempo, quase não está cantando, apenas negociando vocalmente uma série de inquietas aproximações entre palavras e música. Às vezes, é difícil não concluir que a música e as letras foram idealizadas completamente de forma separada, e então forçadas a ficarem juntas em formas que são difíceis de reconhecer como canções<sup>162</sup>.

Com a exceção de “Cosmogony” e “Dark Matter”, os aplicativos apresentam um menu interno (FIG. 23), com os botões “play”, “animation”, “score”, “lyrics” e “credits”,

---

<sup>160</sup> Na iTunes Store, o álbum custa atualmente US\$ 9,90, enquanto as faixas individuais são vendidas a US\$ 0,99 cada. Já o aplicativo, na época do lançamento, era disponibilizado gratuitamente e o usuário comprava o acesso aos *apps* internos, individualmente ou ao mesmo tempo com um desconto. Hoje, o aplicativo é vendido na íntegra, por US\$ 12,99.

<sup>161</sup> Tradução do autor para: “In this way, you not only get an animated version of evanescent songs with nature-oriented names such as ‘Solstice’ and ‘Virus’ but you also get a game that allows players to manipulate musical elements, a vocal-less score for esoteric karaoke nights, an essay explaining the history and meaning of each tune and, yes, lyrics.”

<sup>162</sup> Tradução do autor para: “For while there are some beautiful moments on *Biophilia*, they seem like accidents the more one listens. The key here is that Björk, one of the most dynamic and inspirational singers of our time, is barely singing at all, just vocally negotiating a series of uneasy rapprochements between words and music. At times, it’s hard not to conclude that the music and lyrics were devised totally separately, and then forced together in forms it’s difficult to acknowledge as songs”.

além de uma breve descrição da faixa e uma análise musical da pesquisadora Nicola Dibben, do departamento de música da Universidade de Sheffield. Enquanto no menu de “Cosmogony”, o botão “play” é suprimido para dar lugar a “intro” – vídeo com uma narração sobre o projeto *Biophilia* – e “song” – vídeo musical que simula uma navegação pela galáxia de *Biophilia* – em “Dark Matter” não há o botão “lyrics”.

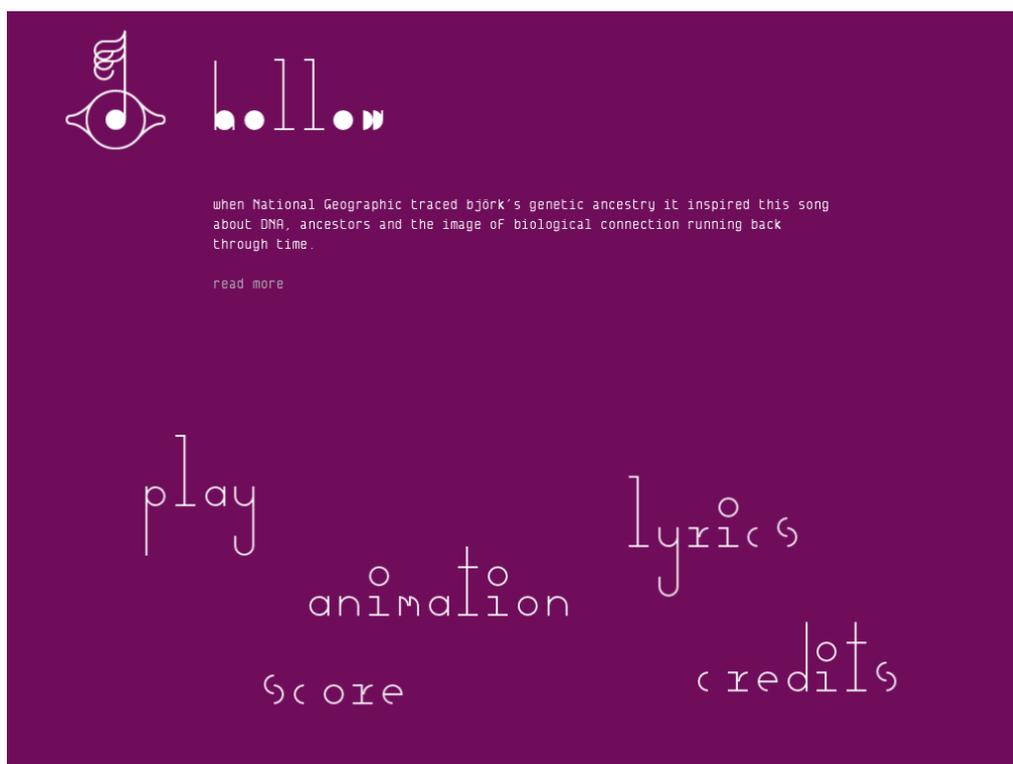


FIG. 23: Captura de tela do aplicativo *Biophilia* – Menu interno da faixa “Hollow”

A “animação” trata-se de um vídeo que apresenta graficamente a música. À medida que ela avança, são mostrados e destacados sinais que correspondem à melodia vocal e aos instrumentos utilizados na produção; é possível também incluir as letras das músicas neste vídeo, como uma legenda. Através do botão “lyrics”, somos levados para uma tela que exibe a letra da canção. “Score” apresenta a partitura da faixa através de uma animação em vídeo. E, ainda que a tela contenha a pauta com a melodia composta para voz, a música que toca à medida que a partitura segue seu fluxo na tela, além de ser uma versão simplificada da faixa, vem sem os vocais. “Credits”, por sua vez, mostra os profissionais e empresas responsáveis pelo aplicativo de determinada música (FIG. 24).

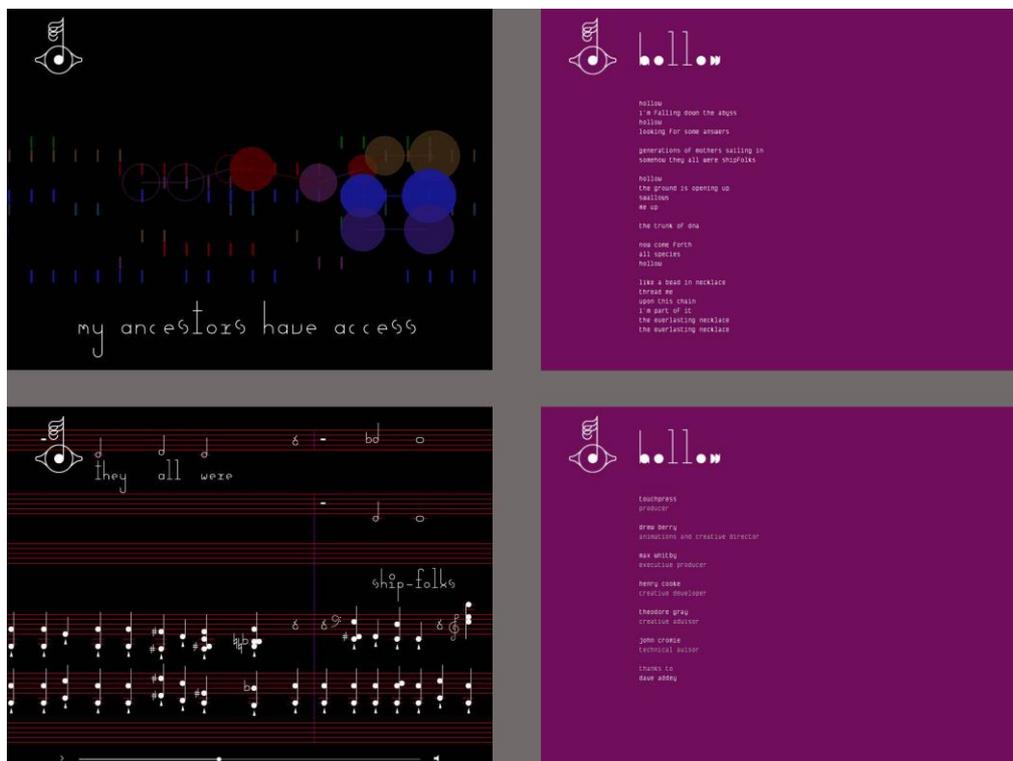


FIG. 24 Composição com capturas de tela com “animation”, “lyrics”, “score” e “credits” do *app* para a música “Hollow”

À exceção de “Cosmogony”, todas as faixas possuem uma experiência interativa, como um jogo, que pode ser acessado pelo botão “play”. Com esse recurso, enquanto o ouvinte manipula os aplicativos, entra em contato com a sonoridade da canção, podendo explorá-la por meio de imagens, sons e jogos, através de toques na tela. Nas próximas páginas, apresentaremos brevemente as músicas e as particularidades de todos os aplicativos “internos” de *Biophilia*.

### *Moon*

“‘Moon’ contempla renascimento emocional e explora as conexões entre os ciclos das fases da lua, seus efeitos nas marés e ritmos biológicos humanos”. É com essas palavras que “Moon”, música de abertura do álbum *Biophilia*, é apresentada no aplicativo. De acordo com a análise musical da pesquisadora Nicola Dibben – que, no *app* assina Nikki Dibben – “Moon” foi criada com a utilização de um *software* chamado Max, por onde Björk e o produtor Damien Taylor, que divide com a artista os créditos de produção da faixa, fizeram os blocos de sequências usando *samples* de harpa. Com os fragmentos prontos, Björk usou uma interface *touchscreen* para controlá-los combiná-los de formas diferentes, usando diferentes

compassos para seções diferentes da música, “de uma forma que capture a ideia das mudanças de fase da lua”.

A experiência interativa em “Moon” (FIG. 25) tenta traduzir o processo de produção da faixa em um sequenciador apresentando três categorias de elementos interativos: a lua, a água e um conjunto de 34 pérolas – 17 de cada lado –, onde cada uma toca uma nota da sequência. Arrastando o dedo na lua, controlamos a sua “fase” e ajustamos o fluxo de água que, por sua vez, determina até que ponto vai a sequência de notas. Ao interagir com as pérolas, determinamos a nota que cada uma vai executar quando a água passar por elas. O canto inferior esquerdo apresenta quatro botões: “clear” limpa toda a informação da imagem, gerando uma “tela em branco”, pronta para a criação de novas sequências; “save” e “load” oferecem, respectivamente, a possibilidade de salvar uma sequência criada e acessá-la novamente em um momento posterior; “song”, por sua vez, aciona a música “Moon” que, à medida que é executada, vai alterando o desenho formado pela lua e pelas pérolas, nos permitindo ver “em tempo real” as sequências criadas para cada seção da faixa.

O *app* de “Moon” nos oferece uma porta para adentrar o universo criativo de Björk na medida em que dispõe, de maneira lúdica, a própria ferramenta de produção musical para a faixa. Interagir com as ferramentas exibidas na tela acaba nos aproximando da música, pois “tocamos” (n)os sons utilizados para produzi-la. A experiência interativa mostra também a música em movimento, que é representada principalmente pelo fluxo de água que percorre a sequência de notas que criamos. Mesmo que optemos por uma escuta mais contemplativa, que não envolva interagir com os controles disponíveis através do botão “song”, os aspectos visuais conferem uma camada mais profunda para a música. Afinal, os elementos escolhidos para representá-la visualmente não são aleatórios; guardam estreita relação com os temas que a artista desenvolve na faixa. As seções da música se diferem pela quantidade de notas tocadas na sequência e também pelo tom mais alto ou mais baixo das notas. Como falamos, no *app*, a quantidade de notas que será tocada é controlada pela lua e a altura das notas, pelas pérolas. Assim, à medida que a música avança, as diferentes seções de “Moon” são visualmente representadas pelas mudanças de fase na lua, o que repercute no fluxo de água enviado para as pérolas, criando desenhos diferentes para cada seção. Por isso, entendemos que representar a música com uma solução visual interativa parece oferecer novas camadas de escuta, quase simplificando a música, mostrando como cada trecho é construído e reconstruído, finalmente, retornando ao seu tema central: o renascimento e a conexão entre as fases da lua, os efeitos nas marés e ritmos biológicos humanos.

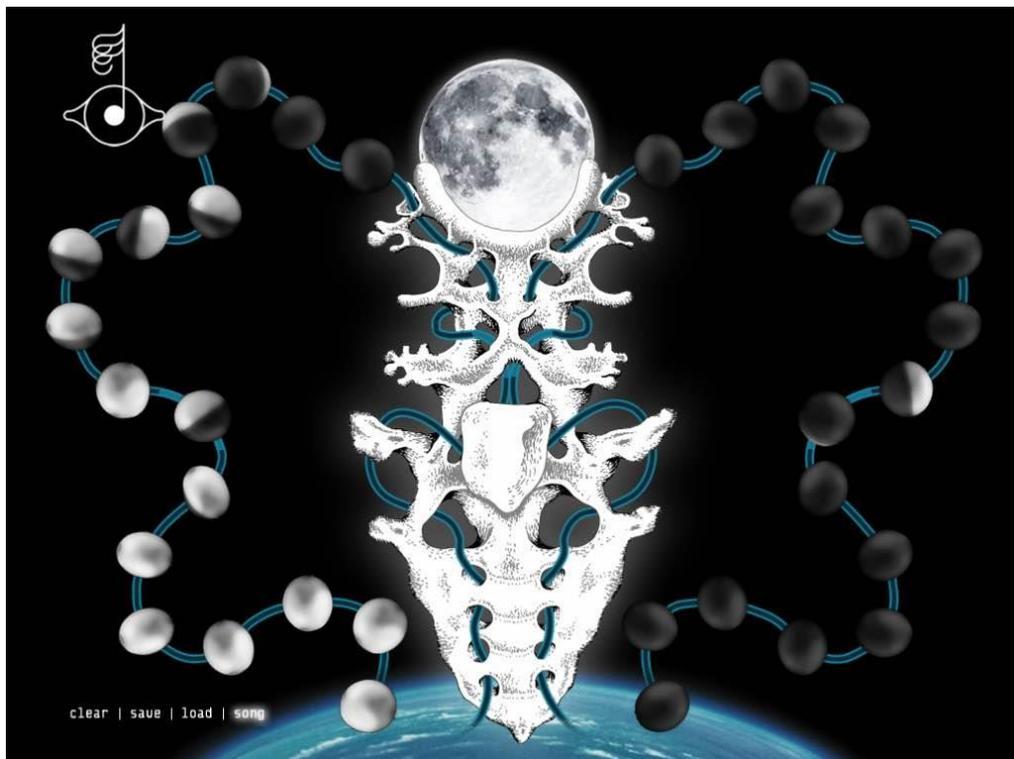


FIG. 25: Captura de tela do *app* para a música “Moon”

### *Thunderbolt*

A experiência interativa em “Thunderbolt” usa trovões para criar arpejos, som que é “traduzido” na linha de baixo da faixa através de descargas elétricas criadas por uma bobina de Tesla<sup>163</sup>, usada na gravação da música. Na faixa, Björk anseia por milagres, desejos e transformações, buscando pela força de fenômenos naturais como as descargas elétricas, como aponta o trecho:

All my bodyparts are one  
 As lightning hits my spine  
 Sparkling  
 Prime runs through me  
 Revive my wish  
 I am inviolable<sup>164</sup>

Existem dois modos principais para acessar a experiência interativa de “Thunderbolt” (FIG. 26) no *app Biophilia*: através do “instrument mode” e do “song mode”. Enquanto no

<sup>163</sup> Desenvolvida pelo físico Nikola Tesla no final do século XIX, a bobina de Tesla, como ficou conhecido o experimento, trata-se de um transformador capaz de gerar descargas elétricas. Mais informações: [http://www.fis.unb.br/gefis/index.php?option=com\\_content&view=article&id=201&Itemid=320](http://www.fis.unb.br/gefis/index.php?option=com_content&view=article&id=201&Itemid=320). Acesso em 12 fev. 2016.

<sup>164</sup> Tradução livre: “Todas as partes do meu corpo são uma / Quando o relâmpago acerta minha espinha / Brilhando / [O] início corre por mim / Revive meu desejo / Eu sou inviolável”.

primeiro criamos arpejos usando o som de descargas elétricas posicionando nossos dedos na tela; o segundo incorpora a música ao processo e, nesse sentido, nos oferece a possibilidade de intervir diretamente na faixa, que é executada enquanto criamos novos arpejos com sons de eletrecidade.

Há dois controles principais que influenciam na criação desses sons: o “lightning fade time” que, como nome diz, regula o tempo que a estrutura criada pelo usuário demora para sair da tela depois que uma nova é gerada, e a “drawing length”, que regula o tamanho possível dos raios desenhados com o dedo na tela.

No *app* é possível criar três tipos principais de som: encostando e tirando rapidamente o dedo na tela faz-se uma pequena descarga elétrica; arrastar um dedo pela tela cria uma “linha elétrica”, com um som de vibração; com dois dedos ao mesmo tempo na tela, cria-se um arpejo e, com mais de dois dedos, são gerados arpejos mais complexos. Diferentes pontos na tela controlam a quantidade de notas que é tocada no arpejo, a altura delas – mais agudas ou mais graves – e a velocidade.

O ponto mais interessante aqui é a possibilidade que o *app* nos oferece de intervir diretamente no conteúdo musical. Se em “Moon”, o usuário apenas escuta a canção enquanto assiste às mudanças na imagem em cada seção da faixa – qualquer alteração no desenho interrompe a execução da música – em “Thunderbolt”, criamos novos sons para faixa à medida que ela é tocada, efetivamente gerando uma música diferente através de toques na tela. Além disso, a música “Thunderbolt” e, especialmente a experiência interativa no *app*, mostra como Björk relaciona de forma intrincada o som emitido por descargas elétricas, com uma estrutura musical: o arpejo.

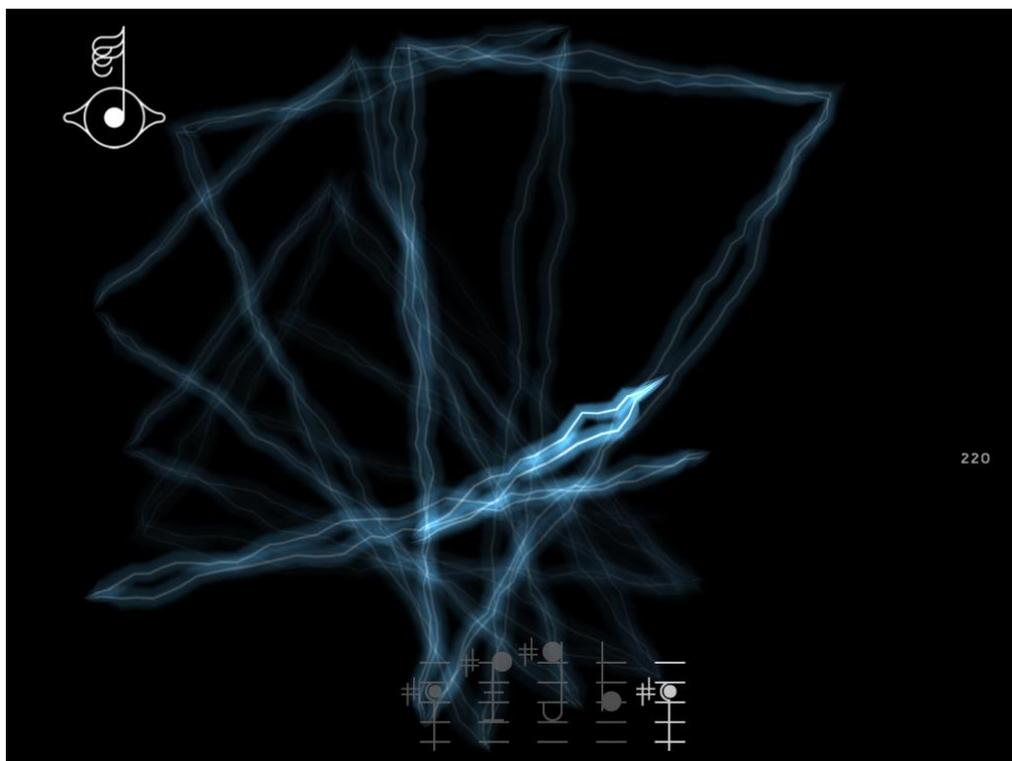


FIG. 26: Captura de tela do *app* para a música “Thunderbolt”

### *Crystalline*

Já o *app* para a canção “Crystalline” apresenta uma experiência interativa bem diferente das descritas anteriormente. Com essa faixa, Björk explora a ideia de estrutura na música, especialmente através da relação entre estrofe e refrão. Como pontua a análise de Nicola Dibben: “Assim como cristais atraem um ao outro, se unindo para formar estruturas maiores, canções também consistem de seções que se agrupam”. O jogo contido no aplicativo (FIG. 27) leva o ouvinte a navegar por estreitos túneis movendo o dispositivo e recolhendo cristais espalhados pela tela, enquanto escuta a canção; no refrão, ao invés do túneis, percorremos o espaço. Como diz um dos textos que apresenta o *app*:

“Crystalline” reflete a experiência espacial de Björk do formato estrofe-refrão e esta analogia espacial é usada no *app* como uma ferramenta para aprender sobre estrutura de canções. Os versos são confinados melodicamente, harmonicamente e ritmicamente, coincidindo com os estreitos túneis do *app*. No refrão a música se abre, muda para uma registro mais dançante, as letras mudam de [uma perspectiva] interna para externa e o *app* muda do túnel para o espaço<sup>165</sup>.

<sup>165</sup> Tradução do autor para: “‘Crystalline’ reflects Björk’s spatial experience of verse-chorus form, and this spatial analogy is used in the app as a tool for learning about song structure. The verses are confined melodically, harmonically and rhythmically, coinciding with the narrow tunnels of the app. In the chorus the music opens up, shifts to a more danceable metre, the lyrics change from internal to external, and the app changes from tunnel to space”.

No jogo, navega-se pelos túneis movendo o dispositivo e, nessa trajetória, muda-se a ordem que as seções de “Crystalline” são tocadas. Nesta experiência interativa, também alteramos a música, ainda que não diretamente na sonoridade. De qualquer forma, o *app* parece cumprir a função proposta por Björk de correlacionar um fenômeno natural – a estrutura na formação de cristas – a um aspecto musical – estrutura em música.

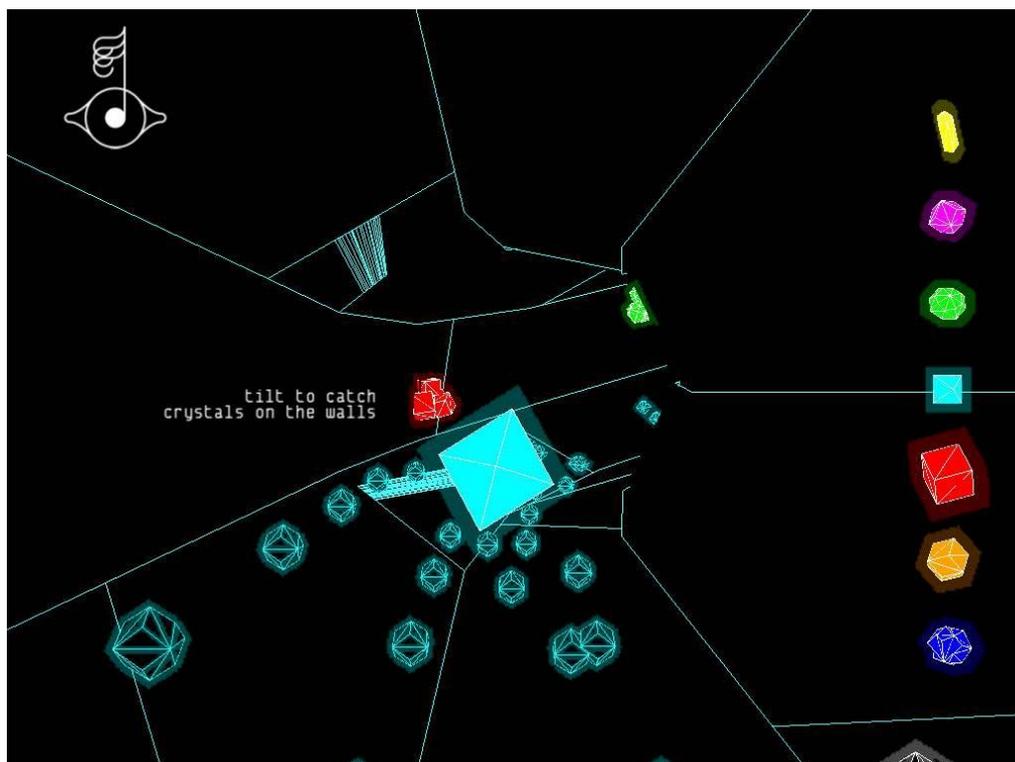


FIG. 27: Captura de tela do *app* para a música “Crystalline”

### *Cosmogony*

A quarta faixa do álbum *Biophilia* combina diferentes mitos sobre a criação do universo com o “Big Bang” – a “história de criação da nossa própria civilização” –, trabalhando a relação entre harmonia e padrões musicais com cosmologia. Musicalmente, “Cosmogony” preza pelo equilíbrio, alternando refrão e estrofes regularmente, em padrões musicais “lógicos e previsíveis”, segundo a análise de Nicola Dibben.

Em nosso entendimento, o aplicativo desenvolvido para a faixa “Cosmogony” serve para apresentar *Biophilia* como um todo. Ao contrário de uma experiência interativa, apresenta o vídeo de uma introdução ao projeto, narrado pelo naturalista David Attenborough; outra diferença é o botão “song” no lugar de “play” que dá acesso a um vídeo, o qual leva o usuário a passear pela galáxia de *Biophilia* enquanto escuta a música. Ao final de ambos os

vídeos, somos levados diretamente a tela da galáxia, onde podemos acessar os outros nove *apps*.

### *Dark Matter*

A música “Dark Matter” é apresentada no aplicativo como a conexão entre “respiração, a alma humana e o cosmos [...]. Björk evoca essas ideias na faixa ao usar vocais sem palavras e órgão, os quais são ambos instrumentos impulsionados por ar”. Musicalmente, “Dark Matter” explora escalas na criação musical, relacionando-as à ideia de magnetismo, como sugere a análise de Nicola Dibben: “no *app* ‘Dark Matter’ a escala musical é representada como um dipolo magnético por onde circulam correntes elétricas. Assim como há forças de atração e repulsão no magnetismo, tons de uma escala atraem e repelem uns aos outros”.

A experiência interativa em “Dark Matter” (FIG. 28), que apresenta as doze notas de uma escala cromática é subdividida em dois modos: “instrumento” e “música”. Em ambos, a ideia é encostar nos pontos luminosos, observando as frequências e explorando diferentes escalas musicais. No modo “música”, entretanto, essa exploração transforma-se quase em um jogo, que nos direciona a reproduzir padrões musicais em sequência para que a música prossiga. Assim, o programa mostra quais pontos devem ser tocados; se o usuário reproduz a sequência exatamente da mesma forma, é tocado um trecho da música. Assim, trecho a trecho, vamos explorando “Dark Matter”, uma música com vocais, mas sem palavras e atonal, uma vez que os movimentos de notas na faixa não se limitam a uma única escala musical, “mas parecem deslizar de uma para outra, criando seu som inconstante e misterioso e as cambiantes paletas de climas musicais”, nas palavras de Dibben.

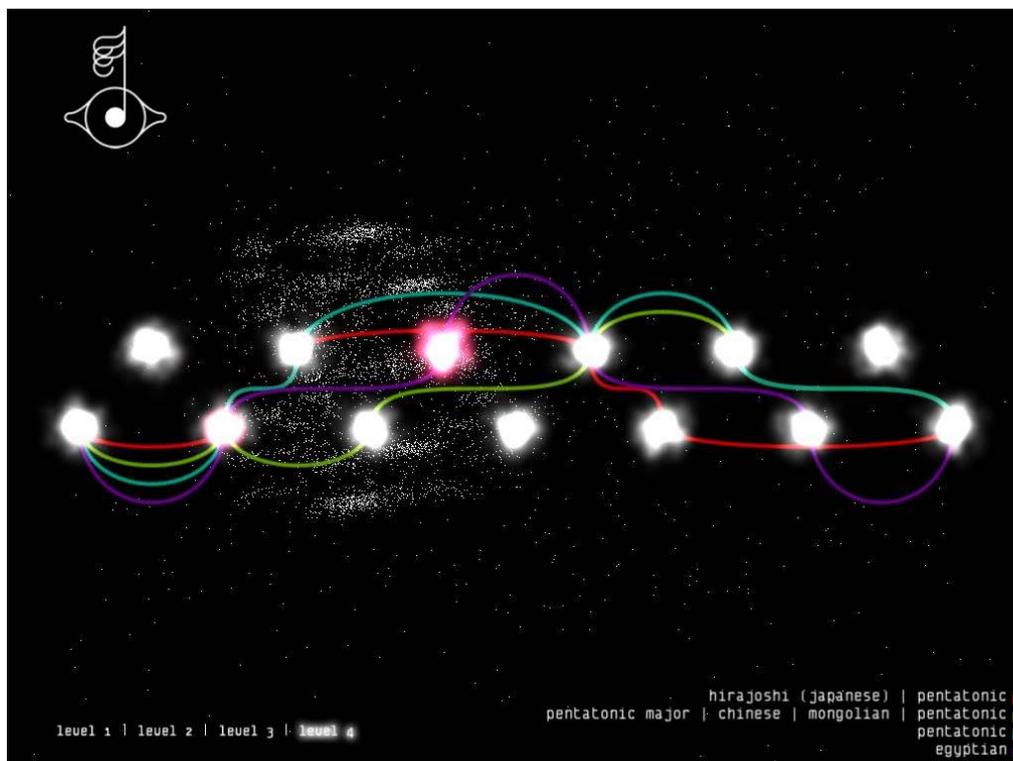


FIG. 28: Captura de tela do *app* para a música “Dark Matter”

### *Hollow*

Em “Hollow”, Björk explora “ideias sobre conexões ancestrais e biológicas”. Ao utilizar o órgão como instrumento principal e diferentes fórmulas de compasso ao longo da faixa, cria uma atmosfera assombrosa que reflete a sensação de estar em contato com fantasmas do passado através do DNA. O *app* também apresenta um vídeo, criado a partir de “modelos moleculares de DNA e proteínas”, pelo animador biomédico Drew Berry. À medida que o vídeo é executado, é possível adicionar uma camada de informações que exibe, por exemplo, as “batidas por minuto”, que variam constantemente, e a fórmula de compasso utilizada em cada trecho. O objetivo da artista nessa música é explorar também diferentes possibilidades rítmicas ao utilizar fórmulas pouco convencionais na música pop como 1/4, 17/4 e 16/4.

No *app* há também a “Hollow Machine” (FIG. 29), que utiliza enzimas e um “replicador de DNA” para tocar as diferentes possibilidades rítmicas exploradas por Björk na faixa. As enzimas possuem cores diferentes, e cada uma ativa um tipo de compasso diferente na música; azul clara toca a 9/4, a verde a 16/4 e tanto a marrom quanto a lilás ativam o compasso a 17/4, mas possuem batidas por minuto diferentes. A ideia é criar uma sequência,

enfileirando vários desses elementos para fazer uma música contínua, mas ritmicamente variada. Também é possível alterar as batidas por minuto, acelerando ou retardando a velocidade.

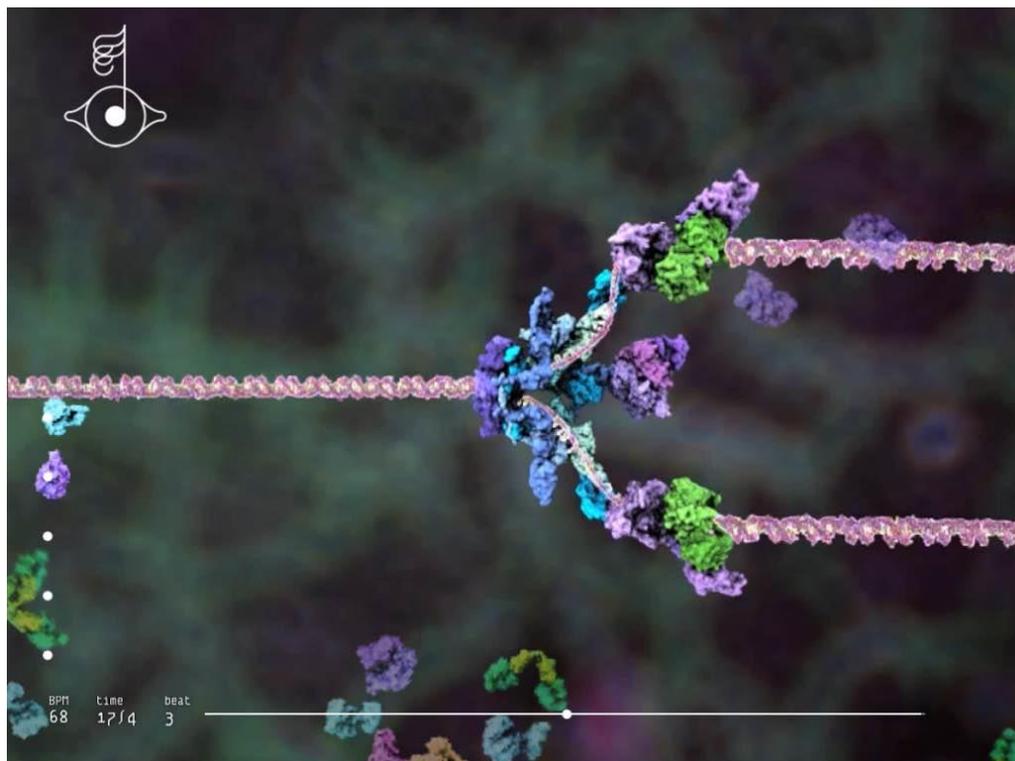


FIG. 29: Captura de tela do *app* para a música “Hollow”

### *Virus*

Em “Virus” Björk canta sobre as dependências, por vezes mortais, entre parasitas e hospedeiros, usando relacionamentos humanos como metáfora. De acordo com Nicola Dibben, a faixa circunda o tema central de *Biophilia* unindo música, natureza e tecnologia, uma vez que o próprio processo de multiplicação de um vírus foi utilizado como referência para a composição. A artista usa um algoritmo atrelado ao material musical em um programa de música generativa – que cria músicas através de sistemas, “de forma mais ou menos aleatória e pouco previsível”<sup>166</sup> – onde “o processo de composição ganha uma vida própria”.

Na experiência interativa de “Virus” (FIG. 30), precisamos proteger o núcleo de uma célula de um ataque viral. Cada etapa aciona uma seção diferente da música e, com isso, mais elementos de contágio aparecem. Para que a música prossiga, é necessário deixar que, aos

---

<sup>166</sup> Musyc: app de música generativa explora como poucos os recursos das telas de iPads e iPhones. **MusicApps**. 31/05/2013. Disponível em <http://musicapps.com.br/2013/05/musyc-app-de-musica-generativa-explora-como-poucos-os-recursos-das-telas-de-ipads-e-iphones/>. Último acesso em: 14 mar. 2016.

poucos, a infecção tome conta da célula. Há também o modo “instrumento”, onde outros tipos de células são exibidas, cada uma representando um componente da música, o que permite explorar diferentes combinações sonoras.

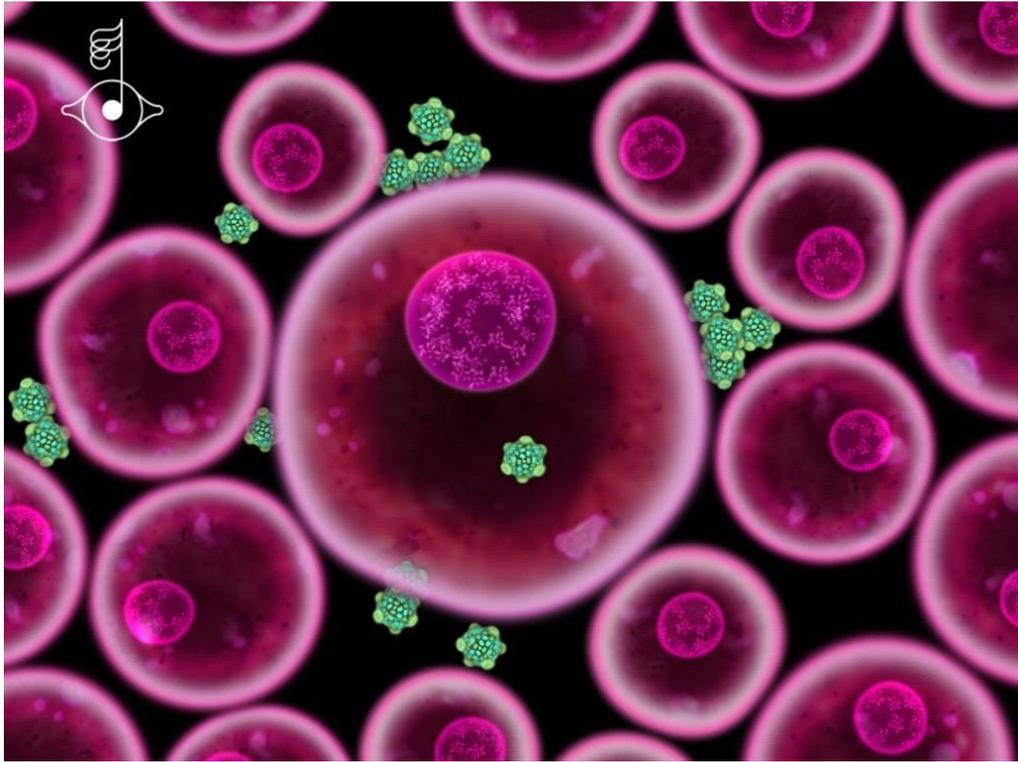


FIG. 30: Captura de tela do *app* para a música “Virus”

### *Sacrifice*

A música “Sacrifice”, como aponta a informação presente no aplicativo para a canção, “urge o ouvinte a reconhecer o sacrifício feito por mulheres em nome do amor”. Ao contrário das outras músicas em *Biophilia*, “Sacrifice” não faz uma ligação entre uma estrutura natural e uma musical. Aqui, de acordo com a análise de Nicola Dibben, “é uma canção mais tradicional no sentido de que sua inspiração no mundo natural (o relacionamento entre os sexos) não tem uma estrutura que é espelhada em som”.

A experiência interativa é qualificada como um “*app* de composição”, que combina, “tradicional e moderno, acústico e digital, aural e notado: sons musicais e notação tradicional são conectados por uma fonte única que pode ser usada para criar nova música”. Assim, somos apresentados com uma série de símbolos, que representam desde notas de instrumentos sintetizados, vocais de Björk e inserções de bateria eletrônica, que podem ser combinados para criar uma nova música (FIG. 31). O aplicativo também possibilita salvar e carregar

trabalhos salvos. Novamente segundo Dibben, “esta noção expandida de notação é parte do foco de *Biophilia* em som e estrutura musical e uma tentativa de abrir a teoria da música de forma que seja mais intuitiva e se conecte com o resto da experiência musical”.

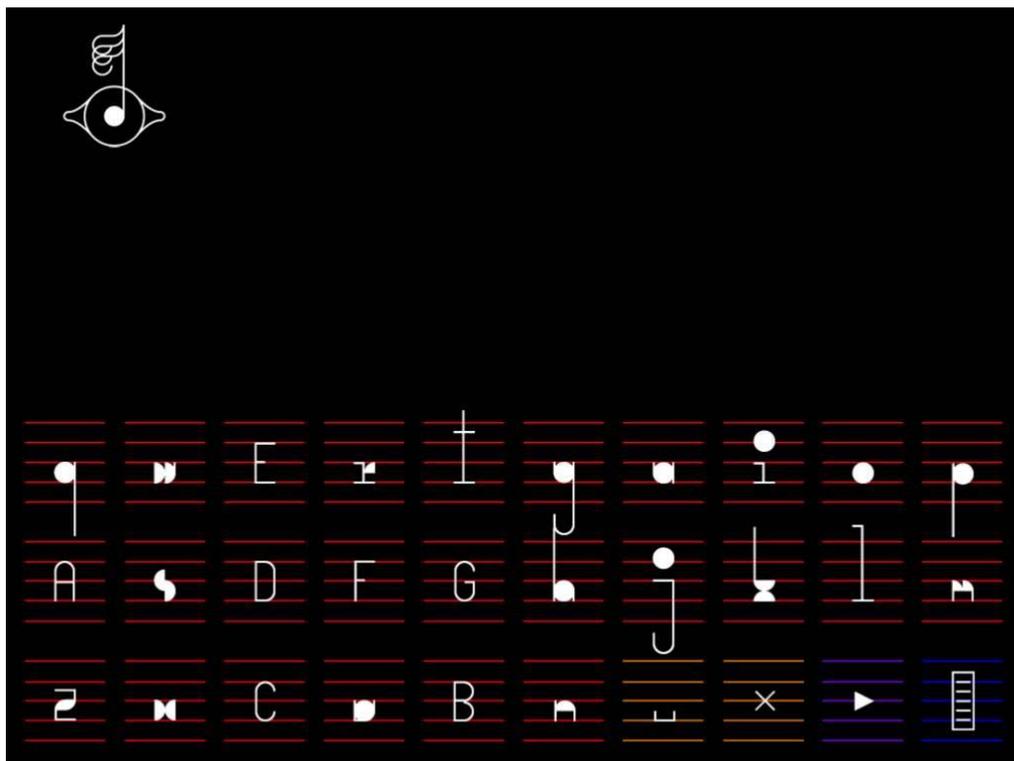


FIG. 31: Captura de tela do *app* para a música “Sacrifice”

### *Mutual Core*

Diz a análise de Nicola Dibben no *app*:

Em “Mutual Core”, a estrutura da Terra torna-se uma metáfora para a ligação humana. Do núcleo da Terra, responsável pelo campo magnético do planeta, para a convecção do manto superior, direcionando o movimento das placas tectônicas e os continentes da crosta da Terra, a música une processos geológicos com relacionamentos humanos, e expressa ambos através do som<sup>167</sup>.

Existem várias formas de acessar a experiência interativa em “Mutual Core”. Tanto o modo “música” quanto o “instrumento” apresentam uma solução visual para o que poderia ser interpretado como duas placas tectônicas (FIG. 32). As peças são divididas em linhas, cada uma representando a nota de um acorde que é executado quando fazemos as placas se

<sup>167</sup> Tradução do autor para: "In 'Mutual Core, the structure of Earth becomes a metaphor for human attachment. From the Earth's core, responsible for the planet's magnetic field, to the convection of the upper mantle, driving the movement of tectonic plates and the continents of the Earth's crust, the song unites geological processes with human relationships, and expresses both through sound".

chocarem. No modo “música”, quando chega o refrão de “Mutual Core”, a tela muda e as placas dão lugar círculos concêntricos em rotação, cuja velocidade e direção podem ser alterados ao arrastar o dedo sobre eles. No menu, o botão “enter core”, leva-nos direto para o refrão.

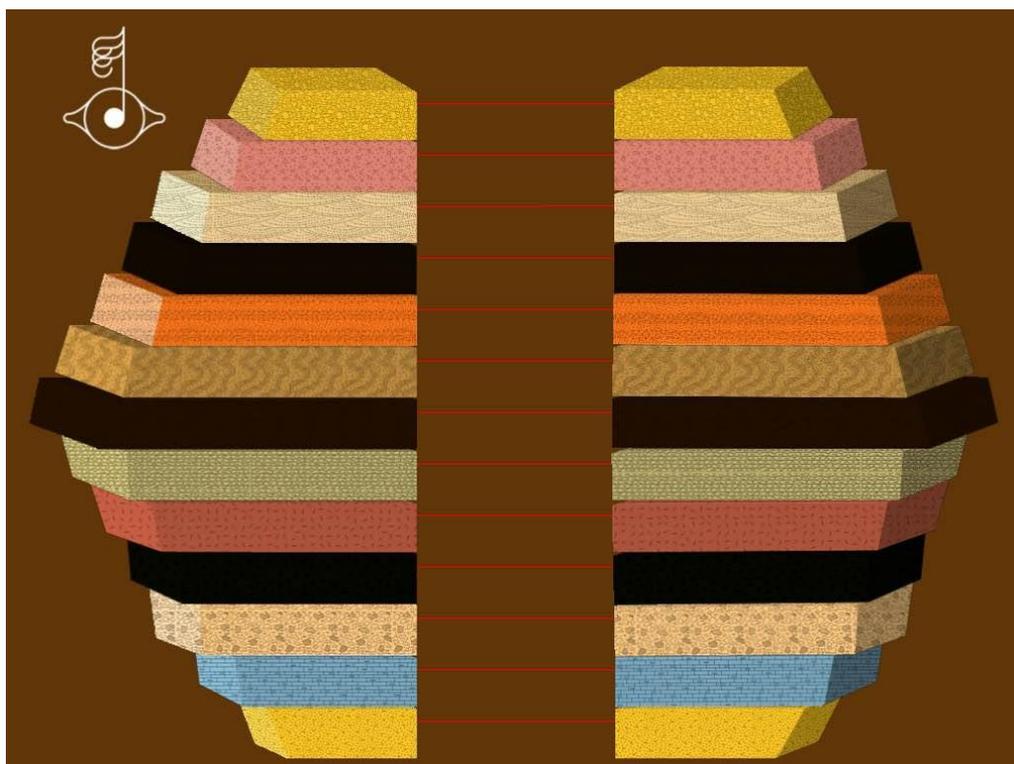


FIG. 32: Captura de tela do *app* para a música “Mutual Core”

### *Solstice*

Finalmente, “Solstice”, última faixa de *Biophilia* “conecta os efeitos da gravidade na órbita dos planetas e a oscilação de pêndulos com a ideia de pulso e contraponto na música”, nas palavras de Nicola Dibben. “Solstice” também é a única música do álbum, cuja letra não é assinada por Björk. Na verdade, trata-se de um poema natalino escrito por Sjón, um amigo da artista com quem co-escreveu “Cosmogony”, feito sob encomenda para um jornal islandês. Para “Solstice”, Björk também contou com cientistas do Massachusetts Institute of Technology (MIT) para construir uma “harpa pendular”, tocada ao longo da faixa. O instrumento consiste de quatro pêndulos com uma harpa circular que é tocada durante o movimento.

A experiência interativa de “Solstice” (FIG. 33) possui dois modos principais, o “sistema solar” e a “árvore”, os quais podem ser acessados com ou sem o acompanhamento

vocal de Björk. No sistema solar, o círculo no centro representa o sol, de onde podemos puxar quatro tipos de camadas, separadas por cores, que tocam diferentes notas de uma harpa. As camadas podem ser ativadas ou desativadas através dos botões correspondentes. As cordas puxadas são tocadas à medida que os planetas, em órbita, passam por elas. Novos planetas são inseridos no sistema ao tocar em qualquer ponto da tela. Encostando nos planetas, podemos alterar sua direção e velocidade. O modo “árvore” trata-se de uma outra solução visual para o “sistema solar” sem possibilidade de interferência no curso da música, a não ser acionando ou cancelando as camadas com os sons das harpas. Há também a possibilidade de “salvar” o trabalho e acessá-lo depois.

O *app* de “Solstice” traduz de forma lúdica o instrumento musical encomendado pela artista ao MIT. Efetivamente, é possível não só interferir diretamente na música enquanto manipulamos os elementos disponíveis na tela, como podemos também criar novas músicas usando a harpa sintetizada, em diferentes combinações.

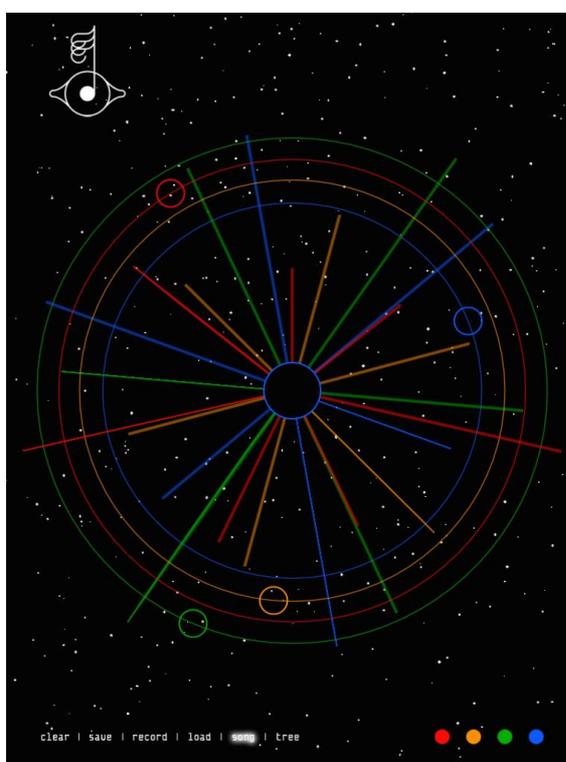


FIG. 33: Captura de tela do *app* para a música “Solstice”

Feita essa apresentação, discutimos a seguir como o aplicativo *Biophilia* dialoga com as *convenções simbólico-materiais* do álbum em um processo de continuidade e ruptura com os *protocolos de escuta* e do *protocolo de usos dos paratextos*.

### 4.3 A remediação do álbum de música no *app Biophilia*

Pensando as *convenções simbólico-materiais* do álbum no caso do aplicativo *Biophilia*, destacamos, em primeiro lugar, como o *protocolo de escuta do álbum* expõe de maneira intrincada o tema abordado pela cantora. As relações entre música, natureza e tecnologia, ainda que recorrentemente mencionadas nas letras e nos arranjos sonoros das canções, ficam ainda mais explícitas quando consideramos que o álbum, nesse caso, não é somente a reunião de músicas. Ao contrário, é preciso considerar o conjunto formado por sons, imagens, textos e experiências interativas para entender com acuidade o recorte sonoro e temático proposto pela artista.

Nesse sentido, os paratextos do aplicativo *Biophilia* apresentam-se como um recurso fundamental para que o projeto faça sentido. Em primeiro lugar, a capa do *app* o conecta à identidade visual do álbum registrado em outros suportes. Na tela de apresentação, que mostra a galáxia, cores e títulos das músicas auxiliam na navegação 3D. Nas telas individuais das faixas, os textos oferecem explicações detalhadas da inspiração por trás de determinada música, além das instruções para que o usuário desfrute de forma completa a experiência interativa.

Retomando a discussão de Genette (2001), por um lado, entendemos o paratexto como o conjunto de elementos que vão presentificar o álbum. Por outro, percebemos uma tentativa de aproximar o ouvinte do músico através de um processo imersivo, como Scott Snibbe pontua:

Se você pensar bem e tiver, digamos, mais de 40 anos, como eu, o conceito de imersão na música remonta a um ato bastante simples, que acontecia quando pegávamos um disco de vinil e o escutávamos, olhando o encarte e lendo as letras, completamente esquecidos do mundo enquanto nos apaixonávamos pela música [...]. Os formatos digitais nos tiraram um pouco dessa capacidade. Graças a eles, ouvimos música em movimento, enquanto escovamos os dentes ou tomamos banho. Não que isso seja de todo ruim, mas é como se mantivéssemos um relacionamento amoroso superficial com a música. "Biophilia" é uma experiência em torno daquele conceito de que falei inicialmente, de nos fazer parar e ouvir a música com profunda atenção. A diferença é que agora o encarte, as fotos, as imagens, tudo está em movimento, tudo tem vida (ALBUQUERQUE, 2012).

Pela aproximação entre música e jogos eletrônicos, cabe retomar também a reflexão de Falcão (2013, p. 126, ênfase no original) sobre o papel dos paratextos no contexto dos *games*. Argumenta o autor que:

[...] além de os acontecimentos variarem de acordo com *como se joga, que caminhos se trilha*, [...] quando um jogador produz algo a respeito de um jogo – um tutorial, por exemplo – este tutorial não apenas modifica expectativas, ele modifica *o meio em si*. É razoável, portanto, sugerir que a criação destes *paratextos* [...] guiam nossa mão, nos ensinam como solucionar complexos enigmas, nos dão pequenos empurrões nas direções certas.

Podemos inferir que o *protocolo de escuta do suporte* e o *protocolo de usos dos paratextos* no app *Biophilia* dão o tom do tipo de interação que se espera do ouvinte. Para que o usuário desfrute do programa de maneira completa – e complexa –, uma série de ferramentas são explicadas e curtos manuais de instrução precisam ser lidos. No aplicativo, não há também uma ordem para “jogar” as músicas; o ouvinte faz o seu próprio percurso. E, ainda que as músicas sejam importantes, tão atrativos quanto elas são as informações que manipulamos na tela, pautadas por elementos sonoros. Em *Biophilia*, somos desafiados a encarar de forma diferente o trabalho fonográfico de Björk, seja investigando os sons que compõem cada canção através de experiências interativas, seja nos aprofundando nos textos que destrincham os significados de cada música ou nas fichas técnicas que nomeiam os profissionais envolvidos no desenvolvimento dos *apps*.

Traçando uma breve comparação com suportes mais tradicionais para o registro do álbum, como o disco de vinil e o CD, vemos que eles sugerem certas práticas de escuta para o formato, como a execução das faixas na ordem proposta e o acompanhamento dos elementos gráficos da capa e do encarte. No aplicativo, o *protocolo de escuta do suporte* também facilita que a fruição do álbum aconteça de forma mais lúdica, onde o ouvinte é convidado a criar caminhos mais fluidos de escuta. E mesmo que circunscritos à temática explorada, às *affordances* do suporte e aos paratextos possíveis, os protocolos de escuta nessas obras exigem do ouvinte um envolvimento e participação maior.

Nesse sentido, o objeto que apresentamos aqui vai ao encontro dos novos dispositivos digitais que atuam na mediação entre a criação e o consumo musical que, segundo Abreu (2009, p. 125), “permitiram uma recriação significativa da cultura musical, dos processos de constituição de critérios de fruição lúdica e estética da música e das práticas de uso e manipulação dessa mesma música”. Como a pesquisadora também aponta em outra ocasião, precisamos observar a “densa pluralidade de usos e de práticas que conferem aos instrumentos de mediação um papel central na compreensão dos consumos musicais contemporâneos” (ABREU, 2000, p. 133). No aplicativo, o álbum torna-se uma espécie *game*, onde o ouvinte é convidado a adotar um papel mais participativo, transformando-se em um

usuário que brinca com as músicas e as recria. Em *Biophilia*, mais importante do ouvir a música, é tocar nelas com as pontas dos dedos.

Chama a atenção nos álbuns configurados no suporte aplicativo, como é o caso de *Biophilia*, uma dinâmica de distanciamento e aproximação com os suportes musicais que vieram antes deles. Os aplicativos não são estáticos como o disco de vinil ou o CD; ao contrário, eles oferecem visualizações interativas, animações, jogos e *pop-ups* como uma forma de complementar a música que sai do alto-falante do dispositivo móvel. Ao mesmo tempo, ele se inspira na conexão entre o álbum e as cargas simbólicas invocadas pelas imagens e textos que complementam e trazem sentido para as músicas.

Nessa direção, a ideia de “remediação” nos dá um aporte interessante para pensar as *affordances* de um álbum formatado para o suporte aplicativo. Bolter e Grusin (2000, p. 49) entendem “remediação” como a “representação de um meio em outro”, sendo essa uma característica definidora das novas mídias digitais. Ao apresentar o conceito, os autores falam da dupla lógica que o norteia: a imediação e a hipermediação. A imediação diz respeito a uma “transparência” do meio, onde o espectador teria a impressão de ficar em contato com aquilo que é representado, desenvolvendo uma relação mais íntima e imersiva. Por outro lado, a hipermediação aponta para um estilo de representação que preza pela fragmentação e pela heterogeneidade. A navegação online seria um exemplo de hipermediação uma vez que combina imagens, vídeos, sons e textos em um mesmo espaço. Assim, “se a lógica da imediação leva-se a ou apagar ou a tornar automático o ato da representação, a lógica da hipermediação reconhece múltiplos atos de representação e os torna visíveis” (BOLTER e GRUSIN, 2000, p. 33–34).

Ainda que Bolter e Grusin tenham elaborado o conceito no final dos anos 1990, propomos retomá-lo para pensar a relação entre o formato álbum, entendido em termos mais “tradicionais”, e o álbum no aplicativo. Como um álbum, o *app* de *Biophilia* traz as músicas e o trabalho gráfico correspondente ao tema explorado, criando um conjunto sonoro e imagético em torno de um produto musical. Entretanto, o *protocolo de escuta do suporte* aqui é expandido em outras direções. Não basta somente ver as imagens, ler os textos e ouvir as músicas, como se fossem três instâncias mais ou menos autônomas. A experiência só se torna completa na manipulação do *software* através de toques na tela, os quais modificam a música e a imagem à medida que os sons saem do alto-falante acoplado ao dispositivo. Nesse contexto, ouvir *Biophilia* é usar *Biophilia*. Trata-se, portanto, de um ato de “remediação” que conjuga a lógica dupla da imediação e da hipermediação, uma vez que o usuário, através da tecnologia *touchscreen*, coloca-se em contato mais direto com a música, intervindo

diretamente nela, como se o meio fosse apagado. Ao mesmo tempo, o usuário lida com um complexo hipermediático que traz animações, imagens, sons, botões, menus e controles, ampliando a experiência de consumo do álbum.

Lévy (1999, p. 147) postulou que “os testemunhos artísticos da cibercultura são obras-fluxo, obras-processo, ou mesmo obras-acontecimento pouco adequadas ao armazenamento e à conservação”. Podemos dizer que *Biophilia* está posicionado em algum lugar no meio do caminho coberto por Lévy. *Biophilia* é, definitivamente, um “testemunho artístico da cibercultura” que, ainda que conte com dispositivos móveis para o armazenamento, sugere fluxos não-lineares de fruição, multiplicando as possibilidades de experimentá-lo. As *convenções simbólico-materiais* do álbum, nesse caso, colocam o ouvinte – assumindo o papel de usuário – como um co-autor da obra, no sentido de fornecer a ele meios de se posicionar como gerador e operador de sons. Em linhas gerais, podemos dizer que o aplicativo *Biophilia* propõe a abertura do processo de criação musical. Através dos *apps* individuais, podemos explorar os componentes sonoros que estruturam cada canção. E nesse sentido, apresenta uma diferença crucial em relação aos outros suportes. Enquanto no CD, por exemplo, a música está “fechada”, sem possibilidade de intervenção direta, o aplicativo pressupõe a dissecação das faixas; afastam o usuário do papel de ouvinte para fazer dele um manipulador de sons.

O aplicativo *Biophilia* também mostra que, no processo corrente de reconfiguração da indústria fonográfica, precisamos olhar não somente para as rupturas dos modelos mais tradicionais de negócio e de apresentação do produto musical, mas também para as continuidades. Nesse sentido, o formato álbum, tido como ameaçado pelas novas práticas de consumo e escuta, mostra que pode ser repensado para acompanhar o processo, incentivando novas maneiras dos consumidores e dos próprios artistas de lidarem com a música.

\* \* \*

Retomando, *Biophilia* aponta para uma intrincada relação entre tecnologias móveis de comunicação e a música gravada, onde o que está em jogo não é somente a exploração de mais um canal de distribuição e escuta musical. Ao contrário, nesse caso, o próprio formato álbum é reconfigurado à luz das oportunidades de criação facilitadas pelos novos arranjos tecnológicos. A possibilidade de interagir através do toque, por exemplo, com elementos exibidos na tela e extrair variados sons deles oferece outros caminhos de fruição do álbum.

Afinal, jogos, instrumentos sintetizados, ferramentas de produção e criação musical foram desenvolvidos como partes integrantes da escuta.

Para além disso, o suporte aplicativo oferece outras camadas para a acoplagem de paratextos, ampliando as possibilidades de trabalhar o tema do álbum. Dessa forma, Björk consegue expor com mais detalhes as conexões estabelecidas entre estruturas musicais, natureza e tecnologia em cada uma das dez faixas, dando ao ouvinte ferramentas diversas para se aprofundar nessas ligações.

No que diz respeito ao ouvinte, *Biophilia* parece propor também uma outra relação com ele, mais participativa e engajada, uma vez que a escuta se dá em movimento, seja navegando pelos menus, textos e experiências interativas, seja literalmente movendo o próprio dispositivo para participar de jogos, como o desenvolvido para a faixa “Crystalline”.

Por fim, ainda que tomar *Biophilia* como um álbum possa trazer uma série de problemas – afinal, ele se distancia radicalmente de expectativas de escuta propostas por outros suportes como as proporcionadas pelo CD ou pelo disco de vinil – propomos entendê-lo como tal, na medida em que ele atualiza as categorias que formam as *convenções simbólico-materiais* do álbum de música. No caso analisado, o *protocolo de escuta do álbum*, que é acionado em todas as versões de *Biophilia*, ganha mais densidade e aprofundamento no *app*; o *protocolo de escuta do suporte* sugere outras possibilidades de escuta e traz novos *protocolos de usos dos paratextos*. Nessa direção, entendemos que o *app Biophilia* é um álbum, que retoma e amplia convenções consolidadas previamente, apresentando mais caminhos para apresentação e fruição de uma obra musical.

## Conclusão

Ao longo deste trabalho, temos visto como o álbum foi se consolidando durante aproximadamente um século de indústria fonográfica como um formato cultural paradigmático para a produção, distribuição, circulação e consumo de música. Mais do que isso, vimos também que o álbum musical é uma ferramenta de comunicação. Ele conta histórias, encerra proposições estético-musicais e oferece um meio para atrelar sons a imagens e textos. No álbum, a música não anda sozinha; fotografias, ilustrações e palavras são acionadas para formar um produto complexo, que pode ser observado a partir de diferentes ângulos. Aqui, optamos por direcionar nosso olhar para as *convenções simbólico-materiais* que configuraram aquilo que queremos dizer quando falamos “álbum de música”. Como vimos, boa parte dessas convenções se solidificaram no disco de vinil LP de 33 $\frac{1}{3}$  r.p.m., que ainda se mantém como um referencial importante para a cultura da música. Entretanto, elas não se esgotam nele. Suportes de reprodução musical posteriores, como a fita cassete, o CD, o próprio MP3 e até mesmo serviços de transmissão musical pela Internet – o *streaming* – dialogam com as convenções do álbum instituídas no LP em um processo que transforma e adapta as características do álbum, mostrando a elasticidade das convenções materializadas nele.

A intenção em insistir na ideia de que o álbum é uma convenção na cultura da música reside no fato de que, tomando esse caminho, conseguimos observar mais detidamente usos dominantes acerca do formato. Seja na forma de concepção, nas páginas online ou impressas do jornalismo musical ou na expectativa de fruição dos ouvintes, essas convenções são acionadas recorrentemente, unificando uma série de percepções, afetos e interpretações acerca do formato. A imagem exibida na capa, as características materiais dos suportes e a intenção dada pelos criadores amarrando temas centrais ao conjunto de músicas são alguns dos elementos que complexificam o álbum, tornando-o algo além de um objeto para ouvir música. Claro, também não podemos negligenciar seu aspecto comercial. Por parte das gravadoras, o investimento em álbuns sugere um potencial lucrativo não só através de lançamentos, como também na recorrente estratégia de relançar álbuns, seja em novos suportes – como fica claro na chegada do CD – ou em edições especiais com faixas bônus, ou ainda em caixas comemorativas voltadas para colecionadores e fãs. Entretanto, ao tratarmos o álbum como uma convenção, acionamos não somente práticas dominantes, como consideramos que os

desvios, usos não hegemônicos e não previamente mapeados ou intencionados, também estão no escopo da experiência de fruição musical promovida pelo formato.

Como um recurso estratégico, criamos o termo *convenções simbólico-materiais* para organizar o debate. Nesse direção, as categorias *protocolo de escuta do álbum*, *protocolo de escuta do suporte* e o *protocolo de usos do paratextos*, pavimenta o caminho para uma análise complexa do álbum de música, correlacionando três instâncias fundamentais: música, tecnologia e paratextos. Por meio desse desdobramento, tentamos mostrar que álbuns são artefatos multifacetados, acionando um tratamento que considere os diferentes imbricamentos entre os protocolos sugeridos de escuta e de acoplagem de informações de natureza paratextual. Por isso, retomamos o ponto de partida norteador deste trabalho: a ideia de que um “mesmo” álbum, será diferente dependendo do suporte que se tem em vista. Afinal, álbuns são mais do que a música registrada neles.

Nos capítulos anteriores, mostramos que, mesmo com os desafios postos por novas práticas de agregação e escuta musical empreendidas no âmbito da cibercultura, o álbum continua a organizar a cultura da música. Mapeamos exemplos através dos quais percebemos estratégias de retomada do formato, utilizando as possibilidades das novas tecnologias da informação e da comunicação. Nessa direção, os estudos de caso cumprem a função de ampliar o debate, onde pudemos nos aprofundar e mostrar as relações de aproximação e distanciamento que esses objetos estabelecem com as convenções do álbum.

Pode parecer quase contraditório afirmar que *Song Reader* é um álbum inserido nas tramas digitais da cibercultura, afinal estamos falando de um livro de partituras. Mas a verdade é que a obra de Beck não é somente um *songbook*. Quando o colocamos no escopo mais amplo abordado pelo projeto, percebemos que o álbum dialoga de forma interessante com mecanismos da cultura digital. Em primeiro lugar, na época de lançamento, *Song Reader* circulou no ambiente online através de veículos especializados, blogs, jornais e sites de redes sociais, entre outros, de forma que não seria possível caso tivesse sido lançado no século XIX. Em outras palavras, discos de vinil, MP3s e partituras podem habitar o mesmo espaço, mas também acionam redes próprias de circulação. Em muitos aspectos no que diz respeito aos canais de circulação, o livro de Beck se distancia das partituras que eram publicadas antes do advento da gravação.

Em segundo lugar, *Song Reader* acontece também no site *songreader.net*. Novamente, isso não é algo trivial. Ainda que, nas fontes pesquisadas, esse projeto seja recorrentemente tratado como “um livro de partituras” ele, na verdade, é uma ampliação disso. Mais do que um *songbook* – que pressupõe um consumo individualizado ou, no mínimo em círculos

específicos com a presença de um número restrito de pessoas – *Song Reader* aponta para a própria atividade do fazer musical. Como o músico esclarece no prefácio de seu livro, assim como álbuns em CDs ou discos de vinil, *Song Reader* possui um valor na sua própria fisicalidade; um objeto que fala por si. Entendemos o ponto do artista, entretanto, assim como um CD ou um disco de vinil sugere a sua reprodução, uma partitura sugere a execução da peça. E Beck aponta para esse momento oferecendo um espaço comum onde pessoas ao redor do mundo podem se encontrar para ouvir e se fazer ouvir: a página *songreader.net*. Assim, o livro e a página na Internet apresentam-se como partes complementares de uma atividade processual que envolve a aquisição da partitura e a posterior execução, seja ela privada ou pública, da obra.

Outros dois pontos relevantes ressaltados por *Song Reader* são a ideia de nostalgia e a suposição de uma escuta menos participativa influenciada pela crescente facilidade em se obter música através das novas tecnologias. No prefácio, Beck escreve que

Eu sei que tenho amigos que irão rejeitá-lo como uma indulgência estilística, um truque publicitário. Há uma forma de diminuir e neutralizar o passado, cobrindo-o em uma irrelevância retrô, excêntrica, e designá-lo como algo apenas de interesse para caçadores de curiosidades ou revivalistas. Mas ainda o que momento presente possa excluir o passado da relevância, não pode apagar sua influência completamente<sup>168</sup>.

No trecho destacado acima há o reconhecimento de que *Song Reader* habita um lugar que vai da “nostalgia pela nostalgia” à recuperação da trajetória histórica da cultura musical. Em *Retromania*, ainda que Reynolds (2011a, p. XXX–XXXI) entenda a categoria “retrô” como algo que está sempre em estreita relação com o passado imediato, destaca outras qualidades que podemos relacionar ao caso de *Song Reader*. Entre elas, apontamos que “essa atitude de brincar [com coisas do passado] está relacionada ao fato de que o retrô é, na verdade, mais sobre o presente do que o passado que ele parece reverenciar e reviver”. De fato, se as músicas de *Song Reader* podem até passar por uma homenagem descompromissada a um passado da cultura da música, em diversas oportunidades – seja no prefácio, em entrevistas ou críticas – aparece recorrentemente a ideia de que a música hoje, por ser mais facilmente acessada e por trafegar mais intensamente na forma de dados digitais, vem se enfraquecendo e perdendo substância. No prefácio de *Song Reader*, Beck opina que: “mais

---

<sup>168</sup> Tradução do autor para: “I know I have friends who will dismiss it as a stylistic indulgence, a gimmick. There’s a way of miniaturizing and neutralizing the past, encasing it in a quaint, retro irrelevancy and designating it as something only fit for curiosity-seekers or revivalists. But although the presente moment can exclude the past from relevance, it can’t erase its influence completely.”

recentemente, desenvolvimentos digitais fizeram músicas aparentar serem ainda menos substanciais do que eram quando vinham em vinil ou CD”. Independente de concordamos ou não, o ponto a perceber é que *Song Reader* parece ser ancorado na ideia de que fisicalidade de artefatos musicais, sua materialidade imediata, diz algo sobre a própria música em si e sobre a relação que estabelecemos com ela. Por isso, afirmamos que esta obra está posicionada sobre dois pilares: a ideia de que ele é um produto típico da cultura retrô, a nostalgia pela nostalgia; mas que também procura recuperar uma trajetória histórica da música, colocando um livro de partituras para circular em uma época intensamente marcada por fluxos diversos de troca de música pela Internet, requisitando de nós um outro tipo de atenção.

De qualquer forma, mais do que apontar a validade de um olhar e desqualificar o outro, é perceber que a graça, como destacamos na análise é observar as tensões colocadas pelo projeto; tensões essas que se manifestam não só no caráter “retrô” de *Song Reader*, mas também no debate entre registros musicais escritos, como a notação musical, e registros musicais gravados, materializados nos suportes de reprodução sonora.

Outro ponto importante suscitado em *Song Reader*, como mencionamos acima, é a suposição de que o projeto promoveria uma escuta mais engajada em contraposição a outras formas de escutar. No introdução, o jornalista Jody Rosen sugere que:

Para muitos de nós, o tipo de participação pedido por *Song Reader* parecerá forçado. O fandom da música pop hoje é, em sua maioria, um esforço passivo; estamos acostumados a enfileirar discos, relaxar e deixar o som nos arrebatar. Na era dos MP3s, a música se tornou em algo ainda menos manuseável. Antes tínhamos uma *coisa* tátil que vinha com o som – um [disco de] 78 [r.p.m.] de goma-laca, um LP dentro de uma capa dobrável, um CD em uma *jewel box*. Hoje, a música gravada é descorporificada, dissolvida em código [...]<sup>169</sup>.

Essa colocação supõe que as novas tecnologias da informação e da comunicação vêm estimulando uma escuta menos atenta e que a materialidade dos formatos físicos demanda uma espécie de relacionamento mais intenso, mais próximo, com a música e o objeto que a circunscreve. De forma frequente, esse tipo de fala é retomado para qualificar positiva ou negativamente suportes de reprodução musical em relação às supostas “perdas” provocadas pelas novas mídias sonoras. Nesse direção, recuperamos duas questões. A primeira diz respeito à contraposição entre uma forma de escuta supostamente mais passiva ou ativa. Que

---

<sup>169</sup> Tradução do autor para: “For many of us, the kind of participation called for by *Song Reader* will seem far-fetched. Pop music fandom today is a mostly passive endeavor; we are used to cuing up records, sitting back, and letting the sound wash over us. In the age of MP3s, music has become even less hands-on. Once we had a tactile *thing* to go with the sound – a shellac 78, an LP inside a gatefold cover, a CD in a jewel box. Today, recorded music is disembodied, dissolved into code [...]”.

critérios são colocados para entender que a escuta de MP3s é mais passiva do que aquela realizada através de LPs? E por que isso seria um problema? O outro lado desse debate é a ideia de que suportes físicos demandam uma atenção maior do ouvinte. Percebemos que não se trata de uma questão de “grau” de atenção e sim da espécie de atenção que é desprendida para cada suporte. Discos de vinil demandam um tipo de atenção diferente dos CDs. Seja pela forma de armazenar e manter os discos, seja pela mudança de lado. MP3s também demandam atenção, seja na migração entre os dispositivos, seja no preenchimento de informações relativas ao álbum ou à faixa em questão através das *tags* ID3, ou ainda na criação de listas de reprodução personalizadas. O ponto é: qualificar positiva ou negativamente um suporte de reprodução musical, baseado no grau de atenção pedido ao ouvinte, nos parece, no mínimo, problemático.

Um desdobramento desse problema se refere à escuta em si. Recorrentemente, fala-se como a escuta realizada por meio de suportes físicos é mais “atenta” do que aquela empreendida por meio de suportes digitais, como o próprio MP3, que sugere um escuta mais “distraída”, descompromissada. Novamente, é difícil de comprovar esse tipo de suposição, uma vez que não é o suporte que vai influenciar na forma de escutar a música, mas sim o tipo de postura que o ouvinte terá em relação à música em um dado momento, através da tecnologia escolhida por ele para escutar seus álbuns. Ouvir música através do disco de vinil, pode ser uma atividade realizada de forma tão distraída ou atenta, quanto ouvi-la através de MP3s ou serviços de *streaming*.

O aplicativo *Biophilia*, de Björk, por sua vez, traz uma série de outros desdobramentos interessantes para pensarmos a reconfiguração do álbum na cultura digital. O primeiro deles aponta para o crescente imbricamento entre música e tecnologias móveis de comunicação. Nos últimos anos, a indústria fonográfica tem buscado explorar as possibilidades oferecidas por celulares e *tablets* transformando-os em ferramentas de distribuição e circulação musical, seja através de estratégias comerciais que atrelam a compra do aparelho a um artista específico ou o estabelecimento de acordos com empresas que oferecem o serviço de transmissão musical pela Internet através de aplicativos. Outra tendência nesse campo é a criação de *apps* centrados em um performer, que funciona como um portal, oferecendo acesso a músicas, datas de turnê e notícias, entre outros. *Biophilia* se insere nesse grupo de projetos que exploram as possibilidades comunicativas dos dispositivos móveis para a música, mas de uma forma bem particular.

Ao invés do programa centrar o conteúdo em torno de Björk, ele apresenta seu álbum, uma obra específica. E isso é uma diferença significativa, pois não se trata somente de usar o

meio como um canal de distribuição, mas usar as possibilidades oferecidas pelo meio para a própria apresentação de uma obra fonográfica. Nesse sentido, o *app Biophilia* não é uma “adaptação” do álbum registrado em suportes como o disco de vinil, o CD ou até mesmo em MP3; ao contrário, é um álbum que parece romper as fronteiras delimitadas pelas outras tecnologias de reprodução sonora ao oferecer novas camadas de fruição musical.

Em *Biophilia*, textos de apresentação, análises musicais, imagens, vídeos, jogos e música são acionados em conjunto para oferecer uma experiência complexa de escuta. O tema do álbum, que trata da relação entre sons, natureza e tecnologia, é explorado multimidiaticamente de forma que o ouvinte consiga se aprofundar no processo criativo da artista, nos caminhos percorridos por ela para construir essas conexões. Quanto mais se explora o programa, mais se entende as associações entre estruturas musicológicas e fenômenos da natureza propostos por Björk. Nesse sentido, é certo dizer que, tal como diferentes suportes de reprodução musical formam tipos distintos de álbum, ouvir álbuns por diferentes suportes configuram variadas possibilidades de escutas. Não se trata de qualificar positiva ou negativamente uma ou outra escuta, mas reconhecer que há diferenças no uso de um ou outro suporte por parte do ouvinte. Nessa direção, o aplicativo eleva a isso a uma outra potência de fato, pedindo uma atenção diferente do consumidor, já que para desfrutar de forma completa a experiência de escuta no *app*, é preciso não só ouvir, mas também adentrar as camadas interativas, lendo e manipulando-as através de toques na tela do dispositivo.

Nesse sentido, a ideia de *convenções simbólico-materiais*, construída através das três categorias mapeadas previamente, é fundamental para entender esse diálogo entre os projetos de Beck e Björk com a ideia do álbum. O protocolo de escuta do álbum *Song Reader* aponta, de forma ampla, para a própria história da indústria da música. Parte dos objetivos de Beck parece ter sido recuperar essa trajetória em seu trabalho, reforçando em diversos momentos a conexão que *Song Reader* possui com o passado, seja no prefácio da obra, seja em entrevistas concedidas a veículos jornalísticos. Especificamente, Beck usa também as próprias músicas para contar essa história. Tanto os temas das canções, quanto as estratégias utilizadas nas composições são retomadas tendo como ponto de referência esse passado quase esquecido da cultura da música. Os próprios instrumentos acionados nas peças também ajudam nessa conexão, especialmente o uso de diagramas de acordes para o ukulele. Nada em *Song Reader* parece gratuito. Da concepção à execução, cada etapa foi pensada para contar a história da indústria de publicações musicais e estabelecer conexões entre a música produzida hoje e aquela criada antes do advento da gravação.

No *app Biophilia*, o *protocolo de escuta do álbum* destaca o tema trabalhado por Björk, que o desdobra música a música, de forma bastante intrincada. Cada faixa relaciona um conceito musical com uma estrutura na natureza, de maneira mais ou menos direta, através de um conjunto específico de instrumentos e/ ou técnicas de produção, das letras das faixas e do estilo vocal de Björk.

Nos dois casos analisados, percebemos também que os suportes escolhidos para registrar os álbuns são fundamentais no estabelecimento dessas relações. O suporte utilizado em *Song Reader* reforça e dá liga aos temas trabalhados por Beck. Em outras palavras, o *protocolo de escuta do suporte* partitura tem o potencial de conectar o leitor e/ ou o músico, a detalhes desse universo acionado pelo cantor. Em primeira instância, *Song Reader* sugere que a escuta através da partitura é concomitante à execução musical, onde o ouvinte utiliza instrumentos e a voz ao invés de aparelhos reprodutores de som. Nessa direção, a partitura tenta criar um elo entre a trajetória histórica da cultura musical acionada por Beck e o ouvinte, que assume o papel de trazer esses sons à vida.

Já em *Biophilia*, o suporte cumpre o papel de oferecer ao ouvinte ferramentas para explorar as conexões propostas por Björk, uma vez que o aplicativo, nesse caso, abre outras possibilidades de apresentação da música que extrapolam o som. Como o tema trabalhado pela cantora percorre as músicas, claro que ele é acessível em outros suportes também, mas na tela os elementos que compõem as faixas podem ser emiuçados em mais profundidade, fazendo parte da própria experiência de escuta, e ampliando as camadas de acesso ao assuntos tratados em *Biophilia*.

Finalmente, é notável o fato de que o suporte teve uma função importante na apresentação dessas obras ao público. *Song Reader* foi recorrentemente tratado como um “álbum de partituras”, ou como um “livro de partituras”; para se falar de *Biophilia*, recorria-se por exemplo, a termos como “álbum-aplicativo”, ou *app album*. Nas críticas, é como se o uso do suporte escolhido para registrar e apresentar o álbum já ajudasse a qualificar o tipo de experiência de escuta que deve ser esperado dele.

Importante também retomar os paratextos em ambos os projetos. Em *Song Reader*, a experiência de escuta completa-se na variedade de informações visuais e textuais apresentadas no trabalho. As letras das músicas, os trechos de partitura publicados como anúncio na contracapa, as imagens desenvolvidas para a capa das peças e demais inserções gráficas e textuais no artefato ajudam a complexificar o trabalho de Beck. Entendemos que o artista utilizou no suporte diversos recursos disponíveis para aprimorar a tema comunicado na obra. No caso do cantor, lançar um álbum de partituras e falar sobre a trajetória da indústria

de publicações da música, precisou de um esforço além do que somente levar a público a notação musical em si. O objeto *Song Reader*, em sua totalidade que vai das músicas em si às informações paratextuais que as circunscrevem, é projetado pensando na articulação com o tema explorado pelo artista e, por conta disso, é parte integrante das atividades de escuta e execução musical, conferindo intrincadas camadas de sentido.

Podemos dizer algo parecido no caso de *Biophilia*, exceto que, dado o suporte diferente, há um outro *protocolo de usos do paratextos*. Nesse sentido, há uma exploração maior de recursos interativos, como imagens, vídeos, sons, botões e controles, além claro, de textos que oferecem ao usuário do *app* ferramentas para que ele se aprofunde no processo de concepção da faixa, na perspectiva adotada por Björk durante o processo de criação e na relação que cada música do álbum estabelece com os assuntos acionados pela artista. Em *Biophilia*, os paratextos também cumprem o papel de direcionar o ouvinte para o melhor aproveitamento possível das experiências interativas. Assim, oferecem também explicações e indicações de uso de forma a facilitar a entrada do usuário no universo do álbum.

Para além disso, salientamos também que ambos os projetos adotam uma postura de trazer o ouvinte para o processo de criação musical. Seja interpretando canções através de uma partitura ou manipulando sequenciadores e ferramentas de produção musical, a participação do público é um dos pontos norteadores tanto de *Song Reader* quanto de *Biophilia*. E essa convocação acontece muito por conta das características de cada suporte: a notação musical, que convida o usuário criar suas próprias versões das músicas compostas por Beck; e as possibilidades oferecidas pelo aplicativo, que permitiu a Björk compartilhar seu processo criativo e oferecer múltiplas entradas a ele.

Talvez possamos dizer que, nem *Song Reader* – um livro de partituras –, nem *Biophilia* – um programa interativo desenvolvido para dispositivos móveis – são álbuns em uma perspectiva mais tradicional. Entretanto, optamos por tomar um outro caminho e reconhecer como eles estão o tempo todo em negociação com as convenções do formato. Primeiramente, essa orientação é referendada pela crítica, que usa a ideia de álbum para abordar essas obras: o álbum de partituras de Beck; e o álbum aplicativo de Björk. Nesse caso, a palavra “álbum” parece ser usada de forma estratégica para apresentar esses trabalhos, já que o termo não só é familiar nas páginas do jornalismo musical, como ajuda a inserir essas obras – independente de seu caráter nostálgico ou inovador – na sólida carreira discográfica desses músicos.

É interessante pensar também como ambos os projetos negociam estratégias acionadas tanto pelo circuito *mainstream* quanto pelo *underground*, termos entendidos por Janotti Jr. e

Cardoso Filho (2006, p. 8) como “modos diferenciados de conferir valor à música”. Segundo os autores, enquanto o *mainstream* implica uma circulação mais ampla e não segmentada, utilizando “escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido”, o *underground* segue o caminho oposto, privilegiando o consumo segmentado, recorrendo a outros princípios de “agenciamento plástico”, seja nas canções ou até mesmo no próprio álbum. Em diversos momentos, tanto Beck quanto Björk habitam espaços representativos do circuito *mainstream* da música, como a distribuição internacional de suas produções fonográficas, a presença em festivais musicais de grande porte, participação em programas televisivos, articulação com o cinema através de trilhas sonoras e cobertura frequente de suas carreiras em veículos jornalísticos, entre outros. De uma certa maneira, tanto *Song Reader* quanto *Biophilia* penetraram alguns desses espaços de circulação. Entretanto, os tipos de álbuns configurados pelos suportes escolhidos pelos artistas apontam para uma circulação mais segmentada, representativa do circuito *underground*. Ainda que, no caso de *Song Reader*, o site [songreader.net](http://songreader.net) amplie a circulação das músicas compostas para o projeto, o livro em si supõe um público direto mais restrito: fãs de Beck que saibam ler e executar músicas através de partituras. O *app Biophilia*, por sua vez, requer, em primeira instância, um dispositivo de comunicação móvel, com sistema operacional iOS ou Android, conectado à Internet – seja através de pacote de dados ou redes sem-fio – para ser adquirido pelo proprietário do aparelho. Nessa direção, entendemos que ambos os projetos possuem “um conjunto de princípios de confecção de produto que requer um repertório mais limitado para o consumo” (JANOTTI JR. e CARDOSO FILHO, 2006, p. 8), ainda que os artistas por trás deles dialoguem frequentemente com valores caros ao circuito *mainstream* da música.

Por fim, ressaltamos também certas marcas distintivas dos dois projetos na apropriação criativa de tecnologias, que os faz serem vistos como “modernos”, “inovadores”, qualidades valorizadas no circuito onde esses artistas estão inseridos. Nos dos casos, percebemos a convesa com duas grandes tendências atuais na cultura da música: em *Song Reader*, o investimento em uma página na Internet que usa mecânicas da cultura participativa online para circular música; em *Biophilia*, o uso de tecnologias móveis de comunicação como um caminho para a reconfiguração do álbum, apresentando outros parâmetros para a produção, distribuição e consumo da obra. Para além disso, o caráter “distintivo” dos projetos foi apontado através de diferentes estratégias de legitimação. Na lista de “50 Melhores Álbuns de

2013” da revista *Rolling Stone*<sup>170</sup>, o livro de partituras de Beck, ainda que tenha sido posicionado no 50º lugar, ganha seu destaque em um conjunto de obras fonográficas destacadas pela publicação como as principais do ano em questão. *Biophilia*, por sua vez, foi o primeiro *app* a ser adquirido pelo MoMa (Museu de Arte Moderna), de Nova Iorque, entrando para o acervo da instituição que, em 2015, abrigou uma exposição multimídia sobre a carreira de Björk<sup>171</sup>.

Tanto Beck quanto Björk, em maior ou menor grau, utilizam as novas tecnologias da informação e da comunicação de forma estratégica em seus trabalhos. No caso de *Song Reader*, o site *songreader.net* cumpre o papel fundamental de colocar as músicas compostas para o álbum em circulação. Centenas de pessoas dedicaram um tempo razoável para aprender, executar, gravar e compartilhar na página e com suas redes de contato, suas próprias interpretações das músicas compostas por Beck. Interessante notar que, no material pesquisado, o site é pouco citado. Mesmo no próprio álbum, há apenas uma menção à página, na contracapa do prefácio, junto com os créditos de produção, agradecimentos, impressão e as informações relativas a direitos autorais: “Estas canções estão sendo gravadas por artistas conhecidos e desconhecidos. Para ouvir suas versões e saber como contribuir com sua, visite [www.songreader.net](http://www.songreader.net).” De qualquer forma, entendemos o site como parte fundamental do projeto, reconhecendo-o como o espaço onde performances amadoras e profissionais se encontram e onde ouvintes que não dominam um instrumento musical podem entrar em contato com as canções do álbum. Por fim, observamos como o *site* também está diretamente relacionado aos objetivos de Beck ao lançar essa coleção, uma vez que não se trata somente da publicação de partituras, mas de perceber as diferentes variações entre as interpretações e de explorar as possibilidades de outros tipos de fruição e execução musical.

*Biophilia*, por sua vez, dialoga mais intensamente com o universo das novas tecnologias da informação e da comunicação, já que utiliza um dispositivo eletrônico móvel para exibir o álbum registrado em um aplicativo. Entretanto, o ponto a perceber, é que não se trata somente de um capricho, no sentido de utilizar recursos tecnológicos de ponta apenas por usá-los, mas reconhecer que eles são parte fundante não só da própria concepção do álbum, mas também da experiência de escuta. É através da navegação pelo programa, pela exploração de suas funcionalidades e pela imersão nos recursos oferecidos que Björk

---

<sup>170</sup> 50 best albums of 2013. **Rolling Stone**. 2/12/2013. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/lists/50-best-albums-of-2013-20131202>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

<sup>171</sup> Björk. **MoMA**. Disponível em: <<http://www.moma.org/calendar/exhibitions/1458?locale=en>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

consegue mostrar para seu público de forma mais clara as relações entre sons, natureza e tecnologia propostas em *Biophilia*.

Finalmente, cabe também abordar mais uma questão desdobrada pelos dois projetos: ambos possuem um caráter pedagógico que é explorado de formas bastante diferentes. Em *Song Reader*, isso aparece de duas formas. Primeiramente, Beck usa o álbum, principalmente através do prefácio e da introdução, e a exposição concedida a ele em veículos jornalísticos para contextualizar a obra, inserindo-a num debate mais amplo que diz respeito à própria história da indústria da música. Em segundo, estimula que as pessoas peguem em instrumentos, toquem, cantem, leiam partituras e se familiarizem com possibilidades diferentes de fazer música. O “guia para os símbolos da partitura”, presente na contracapa da introdução, auxilia nesse processo ao explicar os variados sinais que costumam ser incluídos em uma partitura. Björk, em *Biophilia*, procura também ensinar algo do “fazer musical”. Inclusive, o projeto foi pensado desde o princípio para ter uma função educativa e vem sendo utilizado em salas de aula e adotado em currículos escolares<sup>172</sup>. A ideia é que a tecnologia funcione como um instrumento facilitador no ensino e na criação musical.

De uma forma geral, esses são os principais pontos abordados e levantados tanto por *Song Reader*, quanto por *Biophilia*. Projetos tão ricos quanto esses podem ser acessados, analisados e consumidos por diversos ângulos. Aqui, optamos por utilizá-los para pensar a reconfiguração das *convenções simbólico-materiais* do álbum no contexto da cultura digital, entendendo que não necessariamente esgotamos todas as camadas problematizadas por esses dois objetos, mas trouxemos, sim, contribuições importantes para pensar o status desse formato cultural nos dias hoje.

\* \* \*

Voltemos, então, ao nosso ponto inicial, que entende o formato álbum como uma convenção na cultura da música. Essas convenções são fruto de um longo processo de consolidações culturais, artísticas, mercadológicas e, ainda que ofereçam uma padronização para a produção, circulação e consumo de álbuns, são elásticas o suficiente para dar conta de sucessivas reconfigurações. Como um recurso estratégico, amarramos essa ideia através do termo *convenções simbólico-materiais* de forma a desdobrar três categorias principais que

---

<sup>172</sup> Para mais informações, confira o site do *Biophilia Educational Project*, cujo objetivo é “inspirar crianças a explorar sua própria criatividade enquanto aprendem sobre música, natureza e ciência através de novas tecnologias”. Disponível em: <<http://biophiliaeducational.org/>>. Acesso em: 12 fev. 2016.

apontam para os pilares que sustentam o álbum: proposições de ordem estética, artística, sonora e/ ou temática; o suporte de registro, e informações que contextualizam a obra, oferecendo possibilidades de uma escuta mais complexa.

Entendemos que o álbum não é apenas um conjunto de músicas. Há uma série de outros elementos entrelaçados na produção musical apresentada em um álbum. Todos eles contribuem para que o álbum seja um objeto complexo, onde imagens, textos e sons podem ser acessados em conjunto, trazendo outros níveis possíveis para a exploração do material musical na etapa da criação e para a escuta durante o consumo. Olhar para o álbum assim, requer uma postura que considere a instância comunicativa de sua materialidade. Um álbum em disco de vinil não é o mesmo que um CD ou MP3 porque a forma como o formato é materializado nessas tecnologias sugere, por exemplo, formas específicas de conceber o produto musical e de acoplar os paratextos.

O recorte dado pela cultura digital ao longo deste trabalho nos permitiu observar em mais detalhes como são estabelecidas as diferentes relações entre as categorias mapeadas. Seja através de um aplicativo desenvolvido para dispositivos móveis, de um livro de partituras lançado no século XXI, ou até mesmo no MP3, no CD, na fita cassete ou no disco de vinil, vemos que, em primeiro lugar, álbum é um formato convencionalizado, mas ao mesmo tempo extremamente fluido. E, mais importante, o álbum é um formato fundamental na cultura da música, que continua a organizar a criação e a escuta musical, sendo rearticulado, remodelado e reconfigurado nos caminhos possíveis oferecidos pelas novas tecnologias da informação e da comunicação.

## Referências Bibliográficas

ABREU, Paula. Práticas e consumos de música(s): ilustrações sobre alguns novos contextos da prática cultural. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 56, 2000, pp. 123–147.

\_\_\_\_\_. A indústria fonográfica e o mercado da música gravada: histórias de um longo desentendimento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 85, 2009, pp 105–129.

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

ALBURQUERQUE, Carlos. Parceiro de Björk em “Biophilia” diz que aplicativos nos farão voltar a ouvir música com atenção. **Jornal O Globo**, 4/11/2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/parceiro-de-bjork-em-biophilia-diz-que-aplicativos-nos-farao-voltar-ouvir-musica-com-atencao-3215442>>. Último acesso em: 04 fev. 2016.

ALEXANDER, Peter J. Peer-to-peer file sharing: the case of the music industry. **Review of Industrial Organization**, n. 20, 2002, pp. 151–161.

ALMEIDA, Laís Falcão de. Nova MPB como dispositivo: uma nova abordagem nos estudos sobre gêneros musicais. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM**. Foz do Iguaçu, PR, 2014.

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira de. “I’m watching!”: consumo cultural e experiências de vinculações audiovisuais a partir do aplicativo Get Glue. **Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus, set. 2013.

ANDERSON, Chris; WOLFF, Michael. The web is dead. Long live the internet. **Wired**, ago. 2010. Disponível em: <[http://www.wired.com/2010/08/ff\\_webrip/](http://www.wired.com/2010/08/ff_webrip/)>. Último acesso em: 04 fev. 2016.

APPADURAI, Arjun. Introdução: mercadorias e políticas de valor. In: APPADURAI, Arjun (Org.). **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

ATTALI, Jacques. **Noise**: The political economy of music. University of Minnesota Press. Minneapolis, 1985.

BAER, Adam. Sound + Vision: on the future of the sheet-music business. **VQR**, 2013, pp. 194–200.

BAIA, Silvano Fernandes. Partitura, fonograma e outros suportes: fontes para a historiografia da música popular. **Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH**. São Paulo, jul. 2011.

BARTMANSKI, Dominik; WOORDWARD, Ian. “The vinyl: the analogue medium in the age of digital reproduction”. **Journal of Consumer Culture**, s/d, 2013. Disponível em: <<http://joc.sagepub.com/content/early/2013/05/30/1469540513488403.abstract>>.

BARNES-OSTRANDER, M. E. Domestic music making in early New York State: music in the lives of three amateurs. **The Music Quarterly**, vol. 68, n. 3, 1982, pp. 353–372.

BATTAN, Carrie. Beck announces details of his sheet music album. **Pitchfork**. 8/8/2012. Disponível em: <http://pitchfork.com/news/47436-beck-announces-details-of-his-sheet-music-album/>. Último acesso em: 12 mar. 2016.

BAYM, Nancy K.; BURNET Robert. Amateur experts: international fan labour in Swedish independent music. **International Journal of Cultural Studies**, vol. 12 (5), 2009, pp. 433–449.

BECKER, Howard S. Mundos artísticos e tipos sociais. In: VELHO, Gilberto (Org.). *Arte e sociedade: ensaios de sociologia da arte*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1977.

BECKER, Howard S. **Art worlds**. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 2008 [1982].

BEEKHUYZEN, Jenine e HELLENS, Liisa von. Reciprocity and sharing in an underground file sharing community. **20th. Australasian Conference on Information Systems**, Melbourne, 2 – 4 dez., 2009.

BEER, David. Making friends with Jarvis Cocker: music culture in the contexto of web 2.0. **Cultural Sociology**, vol. 2 (2), 2008, pp. 222–241.

BELK, Russell W. Collectors and collecting. In: PEARCE, Susan M. (Org.). **Interpreting Objects and Collections**. London and New York: Routledge, 2003.

BENAZZI, João Renato de Souza Coelho; AZEREDO, Guilherme. Afeto em primeiro lugar! Investigando as formas como consumidores se relacionam com aplicativos móveis para smartphones na cultura da convergência. **Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM** –Manaus, set. 2013.

BENJAMIN, Walter. “Paris, a capital do século XIX”. In: KOTHE, Flávio R. (org); *Walter Benjamin: Sociologia*; Tradução de Flavio R. Kothe. São Paulo: Ática, 1985.

\_\_\_\_\_. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Primeira versão. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165 – 196

\_\_\_\_\_. “Edward Fuchs, Collector and Historian”. In: BENJAMIN, Walter. *Selected Writings, Vol. 3 1935-1938*, Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2002. Disponível online no link: <http://townsendlab.berkeley.edu/frankfurt-school-working-group/files/walter-benjamin-edward-fuchs-collector-and-historian-1937> (último acesso: 20/06/2012)

BERLAND, Jody. 2004. Radio space and industrial time: the case of music formats. In: FRITH, Simon (Org.). **Popular music: critical concepts in media and culture studies**, volume 2. London and New York: Routledge, 2004, p. 193 – 207

BINELLI, Mark. The future according to Radiohead. **Rolling Stone**, issue 1045. 7/2/2008.

BIRON, Dean L. Writing and music: album liner notes. **PORTAL – Journal of Multidisciplinary International Studies**, vol. 8, n. 1. Sydney: UTSePress, 2011

BØDKER, Henrik. **The changing materiality of music**. The Centre for Internet Research: Aarhus, 2004.

BOLTER, Jay e GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge e London: The MIT Press, 2000.

BOTSTEIN, Leon. Music, technology, and the public. **The Musical Quaterly**, vol. 78, n. 2, 1994, pp. 177–188.

\_\_\_\_\_. Music in times of economic distress. **The Musical Quaterly**, vol. 90, n. 2, 2007, pp. 167–175.

BOXTAEL, Anneleen Van. The dawn of digital sheet music: a look at NeoScores. **Fontes Artis Musicae**, vol. 61, n. 3, 2014, pp. 284–289.

BRAITMAN, Stephen M. H. Beyond vinyl: setting the score straight on sheet music. **Goldmine**, 35, 20, 2009.

BRENNER, Vera. Interpretation and meaning: a venture into literary theory with the help of singer-songwriter Beck's Song Reader. **Big Red and Shiny**, jul. 2013. Disponível em: <<http://bigredandshiny.org/1647/interpretation-and-meaning-a-venture-into-literary-theory-with-the-help-of-singer-songwriter-becks-song-reader/>>. Último acesso em: 10 fev. 2016.

BROWNE, David. Vinyl returns in the age of MP3. **Rolling Stone**, issue 1054, 12/6/2008.

BRUHN, Christopher. Taking the private public: amateur music-making and the musical audience in 1860s New York. **American Music**, vol. 21, n. 3, 2003, pp. 260–290.

BRUNO, Antony. What can apps do for you? **Billboard**, 122, 15, 2010.

BURKART, Patrick. Music in the cloud and the digital sublime. **Popular Music and Society**, vol. 37, n. 4, 2014, pp. 393–407.

BUSKIRK, E. The album is dead, long live the app. **Wired**, abr. 2009. Disponível em: <<http://www.wired.com/2009/08/the-album-is-dead-long-live-the-app/>>. Último acesso em: 4 fev. 2016.

\_\_\_\_\_. Björk's *Biophilia* app album launches 10 beautifully depicted songs. **Wired**, nov. 2011. Disponível em: <<http://www.wired.com/2011/10/bjork-biophilia-app-album/>>. Último acesso em: 4 fev. 2016.

CARARE, Octavian. The impact of bestseller rank on demand: evidence from the app market. **International Economic Review**, vol. 53, n. 3, 2012, pp. 717–742.

CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JÚNIOR, Jeder. A música popular massiva, o *mainstream* e o *underground*: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. UnB, set., 2006.

CARRARD, Philippe. Titling jazz: on the front cover of blue note records. **Genre**, vol. 34, 2004, pp. 151 – 172.

CARVALHO, Alice Tomaz de e RIOS, Riverson. “O MP3 e o fim da ditadura do álbum comercial”. In: PERPETUO, Irineu Franco e SILVEIRA, Sergio Amadeu (Orgs.). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

CAVALLINI, Ricardo; XAVIER, Léo; SOCHACZEWSKI, Alon. **Mobilize**. São Paulo, Ed. Dos Autores, 2010.

CAVICCHI, Daniel. Loving music: listeners, entertainments, and the origins of music fandom in nineteenth-century America. In: GRAY, Jonathan, SANDVOSS, Cornel e HARRINGTON, C. Lee. **Fandom: identities and communities in a mediated world**. New York and London: New York University Press, 2007.

CAYARI, Christopher. The YouTube effect: How YouTube has provided new ways to consume, create, and share music. **International Journal of Education & the Arts**, vol. 12, n. 6, 2011.

CHANAN, Michael. **Repeated Takes: A short history of recording and its effects on music**. London & New York: Verso, 1995.

CONROY, Kevin e EHRLICH, Fred. Don't rush to judgment on enhanced CD. **Billboard**, vol. 108, issue 13, 30/3/1996.

COSTA, Pablo Garcia da e CASTRO, Beatriz Magalhães. Elementos extra-musicais na obra de K-ximbinho: questões sobre iconografia musical em suas capas de disco entre 1950 e 1960. **Per musí**, n. 23, 2011, p. 124-137.

CURI, Pedro Peixoto. **Fan films: da produção caseira a um cinema especializado**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2010.

DAHL, Per. The rise and fall of literacy in classical music: an essay on musical notation. **Fontes Artis Musicae**, vol. 56, n. 1, 2009, pp 66–79.

DANET, Brenda; KATRIEL, Tamar. No two alike: play and aesthetics in collecting. 2008, coleção. **Interpreting Objects and Collections**. London and New York: Routledge, 2003, coleção.

DANTAS, Danilo Fraga. Mp3, a morte do álbum e o sonho de liberdade da canção? **Anais do V Encontro da ENLEPICC**. Salvador: UFBA, 2005.

DAVIS, Kerra. What was under the tree in 1903? **Antiques & Collecting Magazine**, 108, 10, 2003.

DE MARCHI, Leonardo. A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos. **E-Compós**, n. 2, abril, 2005.

DE MARCHI, Leonardo; ALBORNOZ, Luis A.; HERSCHMANN, Micael. A procura de novos negócios fonográficos. **Anais do XIX Encontro da Compós**, Rio de Janeiro, 2010.

DENORA, Tia. **Music in everyday life**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

DIAS, Marcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo, 2008.

DIBBELL, Julian. Unpacking our hard drives: discophilia in the age of digital reproduction. In: WEISBARD, E. (Org.). **This is pop: in search of the elusive at Experience Music Project**. Cambridge: Harvard University Press, 2004, pp. 279–288.

DIMERY, Robert (Org.). **1001 Discos para ouvir antes de morrer**. Rio de Janeiro: Sextante, 2007.

DINNEEN, William. Early manuscript music-books. **The Musical Quaterly**, vol. 30, n. 1, 1944, pp. 50–62.

DOMBAL, R. Interviews: Beck. **Pitchfork**. Dez., 2012. Disponível em: <<http://pitchfork.com/features/interviews/8979-beck/>>. Último acesso em: 12 mar. 2016.

EELLS, Josh. Beck. **Rolling Stone**, issue 1172/1173, 20/12/2012 – 03/01/2013.

ELLIKER, Calvin. Sheet music special issues: formats and functions. **Notes**, vol. 53, n. 1, 1996, pp. 9–17.

\_\_\_\_\_. Toward a definition of sheet music. **Notes**, Second Series, vol. 55, n. 4, 1999, pp. 835–859.

FALCÃO, Thiago. Paratextos, programas de ação. In: FELINTO, Erick (Org.). **Cibercultura em Tempos de Diversidade: Estética, Entretenimento e Política**. Guararema, SP: Anadarco, 2013, p. 123 – 146

FELINTO, E. “Materialidades da Comunicação”: por um novo lugar da matéria na teoria da Comunicação. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 5, 2001.

FIDALGO, Antonio. O celular como rádio de pilhas na era da Internet. Rádio IP no celular. In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (Org.). **Jornalismo e Tecnologias Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013.

FIELD, Corey. Music at the speed of light. **Teaching Music**. dez. 2001.

FIORI, Umberto e LAING, Dave. “Titles”. In: SHEPHERD, John *et al.* (Orgs.). **Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World – Volume II: Performance and Production**. London, News York: Continuum, 2003, pp. 666 – 669.

- FLARE. Required: two turntables and a microphone. **Flare**, vol. 34, issue 12, 2012.
- FORDE, Eamonn. Artists tap into app potential. **Music Week**. 15 ago. New Bay Media LLC., 2009.
- FRITH, Simon. **Sound effects**: youth, leisure, and the politics of rock'n'roll. New York: Pantheon Books, 1981.
- \_\_\_\_\_. **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1996.
- \_\_\_\_\_. The popular music industry. In: FRITH, Simon, STRAW, Will e STREET, John (Orgs.). **The Cambridge companion to pop and rock**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, pp. 26 – 52.
- \_\_\_\_\_. Art vs technology: the strange case of popular music. FRITH, Simon (Org.). **Popular music**: critical concepts in media and culture studies, volume 2. London and New York: Routledge, 2004, pp. 107 – 122.
- FULLERTON, Lindsay e RAREY, Matthew. Virtual materiality: collectors and collection in the Brazilian music blogosphere. **Communication, Culture & Critique**, v. 5, 2012, pp. 1 – 19.
- GAROFALO, Reebee. From music publishing to MP3: music and industry in the Twentieth Century. **American Music**, vol. 17, n. 3, 1999, pp. 318–354.
- GENETTE, Gérard. **Paratexts**: thresholds of interpretation. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- GELBART, Matthew. A cohesive shambles: The Clash's 'London Calling' and the normalization of punk. **Music & Letters**, vol. 92, n. 2, 2011, pp. 230–272.
- GILL, Andy. OK Computer: why the record industry is terrified of Radiohead's new album. **The Independent**, 5 out. 2007.
- GILL, Andy. Bjork: *Biophilia* (One Little Indian). **The Independent**, 7 out. 2011.
- GILLEN, Marilyn A. Enhanced CD packaging to have jewel-box dimensions. **Billboard**, vol. 107, issue 38, 23/9/1995.
- GITELMAN, Lisa. **Always already new**: media, history, and the data of culture. Cambridge, Massachusetts; London, England: The MIT Press, 2006.
- GOLDMARK, Daniel. Creating desire on Tin Pan Alley. **The Musical Quarterly**, vol. 90, n. 2, 2007, pp. 197–229.
- GROSS, Daniel. The CD is still viable. In: HAMILTON, Jill (Org.). **The music industry**. Farmington Hills: Greenhaven Press, 2009.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Produção de presença**: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto: Ed. PUC-Rio, 2010.

HAGEN, Anja Nylund. The playlist experience: personal playlists in music streaming services. **Popular Music and Society**, vol. 38, n. 5, 2015, pp. 625–645.

HERMANN, L. A convergência midiática e as mudanças comportamentais no consumo do mercado de nicho: Netflix e a “desmaterialização” dos produtos. **Animus**, Santa Maria, v. 11, n. 22, 2012, pp. 222 – 245.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Cores e das Letras, 2010.

HERSCHMANN, Micael e KISCHINHEVSKY, Marcelo. “Tendências da indústria da música no início do século XXI”. In: JANOTTI JR, Jeder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues e PIRES, Victor de Almeida Nobre (Orgs.). **Dez anos a mil**: mídia e música popular massiva. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

HERMES, Will. Beck, with a little help from his friends. **Rolling Stone**, issue 1216, 28/08/2014.

HOGAN, M. How to grab Beck’s sheet music album. **Spin**. Out., 2012. Disponível em: <<http://www.spin.com/articles/beck-song-reader-sheet-music-album-preorder/>>. Último acesso em: 12 mar. 2016.

HORNBY, Nick. **High Fidelity**. London: Penguin Books, 2000

IFPI. **Recording industry in numbers**: the recorded music Market in 2011. IFPI, 2012.

IFPI. **IFPI Digital Music Report 2015**: charting the path to sustainable growth. IFPI, 2015.

INGLIS, Ian. ‘Nothing you can see that isn’t shown’: the album covers of the Beatles. **Popular Music**, vol. 20, n. 1, jan., 2001, pp. 83 – 97

JANOTTI JUNIOR, Jeder Silveira. Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático. Trabalho apresentado no XIV Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2005.

\_\_\_\_\_. Da canção ao mundo digital: formatos de áudio, formatos técnicos e fruição no mundo da música. Palestra proferida na abertura do **I Musicom – Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Música Popular**. São Luis, out. 2009.

JENKINS, Henry. The cultural logic of media convergence. **International Journal of Cultural Studies**, vol. 7, n.1. 2004, pp. 33–43.

\_\_\_\_\_. “Interactive audiences? The ‘collective intelligence’”. In: JENKINS, Henry. **Fans, bloggers and gamers**: exploring participatory culture. New York: New York University Press, 2006.

- \_\_\_\_\_, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph: São Paulo, 2008.
- JONES, Steve. Music and the Internet. **Popular Music**, vol. 19, n. 2, abril, 2000, pp. 217 – 230.
- JONES, Steve. “MP3”. In: SHEPHERD, John *et al.* (Orgs.). **Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World – Volume II: Performance and Production**. London, News York: Continuum, 2003, pp. 248 – 249.
- JONES, Steve e SORGER, Martin. Covering music: a brief history and analysis of album cover design. **Journal of Popular Music Studies**. Volume 11-12, Issue 1, pages 68–102, March 1999
- JONES, Carys Wyn. **The rock canon: canonical values in the reception of rock albums**. Hampshire: Ashgate Publishing Company, 2008.
- JONES, Malcolm. Beck’s album ‘Song Reader’ is all sheet music. We take it for a spin. **The Daily Beast**, 29/12/2012. Disponível em: <<http://www.thedailybeast.com/articles/2012/12/29/beck-s-album-song-reader-is-all-sheet-music-we-take-it-for-a-spin.html>>. Último acesso em: 17 fev.2016.
- KATZ, Mark. **Capturing Sound: how technology has changed music**. Los Angeles: University of California Press, 2004
- KEIGHTLEY, Keir. Reconsidering Rock. In: FRITH, Simon; STRAW, Will & STREET, John (Orgs.). **The Cambridge Companion to Pop and Rock**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p. 109 – 142.
- \_\_\_\_\_. Long play: adult-oriented popular music and the temporal logics of the post-war sound recording industry in the USA. **Media, Culture & Society**, Vol. 26, n. 3. London, Thousand Oaks and New Dehli: SAGE Publications, 2004, p. 375 – 391
- KHOLODKOV, Viktor. The art of music cover design. **The Journal of Decorative and Propaganda Arts**, vol. 11, Russian/Soviet Theme Issue 2,1989, pp. 68–91.
- KIM, Jin. The institutionalization of YouTube: from user-generated content to professionally generated content. **Media, Culture & Society**, vol. 34, n. 1, 2012, pp. 53–67.
- KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. 2008. In: APPADURAI, Arjun (Org.). **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.
- LAUS, Egeu. A capa de disco no Brasil: os primeiros anos. **Arcos**, vol. 1, número único, 1998, pp. 102–126.
- LAZELLOTTE, Rosana S. G.; ULHÔA, Martha Tupinambá; BALLESTÉ, Adriana Olinto. Sistemas de Informações Musicais: disponibilização de acervos musicais via Web. **Opus**, v. 10, 2004, pp. 7–15.

LEME, Mônica. Mercado editorial e música impressa no Rio de Janeiro (séc. XIX) – modinhas e lundus para “iaíás” e “trovadores de esquina”. Trabalho apresentado no **I Seminário Brasileiro sobre Livro e História Editorial**, nov. 2004.

LEMOS, André. Cidade e mobilidade: telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **MATRIZES**, n. 1, out. 2007, pp. 121–137.

\_\_\_\_\_. Arte e mídia locativa no Brasil. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Org.). **Comunicação e Mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.

LEMOS, Ronaldo. **Futuros Possíveis**: mídia, cultura, sociedade, direitos. Porto Alegre: Sulina, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Sylvia Leticia Guida. **As possibilidades e os desafios para a disponibilização de acervos de partituras na Internet: um estudo de caso do projeto SESC Partituras**. Dissertação de Mestrado. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais. Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2015.

MacMILLAN, Douglas; BURROWS, Peter; ANTE, Spencer E. Inside the app economy. **Business Week**, 22 out., 2009.

MAGAUDDA, Paolo. When materiality “bites back”: Digital music consumption practices in the age of dematerialization. **Journal of Consumer Culture**. Vol. 11, n. 1, 2011, pp. 15 – 36

McCOURT, Tom. Collecting music in the digital realm. **Popular Music and Society**. Vol, 28, n. 2, maio 2005, pp. 249 – 252.

McCRACKEN, Grant. Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. **Journal of Consumer Research**, vol. 13, jun. 1986.

McDONNELL, Evelyn. A new map to Björk’s music. **Los Angeles Times**. 18 out. 2011.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 2006.

MIDDLETON, Richard. Who may speak? From a politics of popular music to popular politics of music. **Repercussions**, 1999-2000.

MIÈGE, Bernard. The cultural commodity. **Media, Culture and Society**, n. 1, 1979, pp. 297–311.

MILLER, Daniel. Why some things matter. In: MILLER, Daniel (Org.). **Material Cultures**: why some things matter. London: UCL Press, 2001.

\_\_\_\_\_. **Trecos, troços e coisas** – Estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MILLS, Fred. Radiohead's pay-what-you-want experimente is just a new way of doing business. In: HAMILTON, Jill (Org.). **The music industry**. Farmington Hills: Greenhaven Press, 2009.

MONTGOMERY, David Owen. **The rock concept album: context and analysis**. Tese defendida no Graduate Department of Music, University of Toronto, 2002.

MORRIS, Jeremy Wade. Artists as entrepreneurs, fans as workers. **Popular Music and Society**, vol. 37, n. 3, 2014, pp. 273–290.

MORROW, Guy. Radiohead's managerial creativity. **Convergence**, vol. 15, 2009.

MOTTA, Nelson. **Noites tropicais: solos, improvisos e memórias musicais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

MUSIC WEEK. MOBILE: APPS on the rise. **Music Week**. London: New Bay Media LLC, 14/03/2009.

NASCIMENTO, Hermilson Garcia. Um original de música popular e suas atualizações: entre permanências e diferenças. **Anais do V Congresso Latinoamericano da Associação Internacional para o Estudo da Música Popular**, 2004.

NEGUS, Keith. **Music Genres and Corporate Culture**. Abingdon: Routledge, 1999.

NIELSEN. 68 milhões usam a internet pelo smartphone no Brasil. **NIELSEN**, 2015. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/68-milhoes-usam-a-internet-pelo-smartphone-no-Brasil.html>>. Último acesso em 12 fev. 2016.

NOGUEIRA, Bruno. “Por uma função jornalística nos blogs de MP3 – *download* e crítica ressignificados na cadeia produtiva da música”. In: JANOTTI JR, Jeder Silveira; LIMA, Tatiana Rodrigues e PIRES, Victor de Almeida Nobre (Orgs.). **Dez anos a mil: mídia e música popular massiva**. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

NPR. **Weekend all things considered** (transcrição). NPR. 29/12/2012.

O'DONNELL, Patrick e McCLUNG, Steven. MP3 music blogs: their efficacy in selling music and marketing brands. **Atlantic Journal of Communication**. Vol. 16, 2008, pp. 71 – 87.

OSBORNE, Richard. **Vinyl: a history of the analogue record**. Farnham: Ashgate Publishing Limited, 2012.

OBICI, Giuliano Lamberti. **Condição da escuta: mídias e territórios sonoros**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2008.

PEARCE, Susan M. The urge to collect. In: PEARCE, Susan M. (Org.). **Interpreting Objects and Collections**. London and New York: Routledge, 2003.

PELLANDA, Eduardo Campos. Comunicação móvel no contexto brasileiro. In: LEMOS, André; JOSGRILBERG, Fabio (Org.). **Comunicação e Mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2009.

PEREIRA DE SÁ, Simone e DE MARCHI, Leonardo. Notas para se pensar as relações entre Música e Tecnologias da Comunicação. **ECO-Pós**. V. 6, n. 2. Agosto-Dezembro, 2003. pp. 47-59.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, mídias e cenas musicais. **Unirevista**, v. 1, n. 3, jul., 2006.

\_\_\_\_\_. “Tosco, sujo, low-fi: nas rotas do MP3, pistas sonoras do *digital trash*”. In: PEREIRA, Vinicius Andrade (Org.). **Cultura digital trash**: linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

\_\_\_\_\_. “O CD morreu? Viva o vinil!”. In: PERPETUO, Irineu Franco e SILVEIRA, Sergio Amadeu (Orgs.). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PEREIRA DE SÁ, Simone; CUNHA, Simone. Controvérsias do *funk* no YouTube: o caso do Passinho do Volante. **Eco-Pós**, v. 17, n. 3, 2014.

PEREIRA DE SÁ, Simone e POLIVANOV, Beatriz Brandão. Presentificação, vínculo e delegação nos sites de redes sociais. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, ano 9, vol. 9, n. 26, 2012, pp. 13 – 36.

PEREZ, Sarah. App usage grew 76% in 2014, with shopping apps leading the way. **TechCrunch**, jan. 6, 2015. Disponível em: <<http://techcrunch.com/2015/01/06/app-usage-grew-76-in-2014-with-shopping-apps-leading-the-way/>>. Último acesso em: 1 mar. 2016.

PERONE, James E. **The words and music of David Bowie**. Westport: Praeger Publishers, 2007.

PHANEUF, Whitney. Keep cello weird. **Strings**, 29, 12, jul. 2015.

PINCH, Trevor & BJSTERVELD, Karin. Sound Studies: New Technologies and Music. *Social Studies of Science*. Vol. 34, n. 5, 2004.

PINE, B. Joseph e GILMORE, James H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, jul.-ago., 1998. Disponível em: <<https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>>. Último acesso em: 7 dez. 2015.

PINTO, Waldir de Amorim. Evolução da acessibilidade aos meios de gravação e produção musical. **Revista Sonora**, n. 7, vol. 4, 2012.

POLIVANOV, Beatriz Brandão e WALTENBERG, Lucas. *Synthetica*: reflexões acerca da (i)materialidade da música em álbuns-aplicativo. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 29, jun. 2015, pp. 262 – 275.

- PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, ago. 2007.
- REBS, Rebeca Recuero. Bens virtuais em *social games*. **Itercom – RBCC**. São Paulo, v. 35, n. 2, jul./dez. 2012, pp. 205–224.
- REYNOLDS, Simon. **Retromania**: pop culture’s addiction to its own past. New York: Faber and Faber, Inc., 2011a.
- \_\_\_\_\_. Is Björk the last great pop innovator. **The New York Times**, 4 jul., 2011b.
- ROLLEMBERG, M. O futuro do livro ou a crise na cibercultura. **Revista USP**, São Paulo, n. 87, 2010, pp. 225 – 230.
- ROSS, Alex. **O resto é ruído**: escutando o século XX. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- ROTHENBUHLER, Eric W. e PETERS, John Durham. Defining phonography: an experimente in theory. **Musical Quarterly**. Vol. 81, n. 2, 1997, p. 242-243.
- SANJEK, Russel. **American popular music and its business**: the first four hundred years, vol. 3. New York and Oxford: Oxford University Press, 1988.
- SCRUDATO, Ken. Thrall of sound: an elemental conversation with Björk. **Filter**, 7 jan. 2013.
- SHUKER, Roy. **Understanding popular music**. London, New York: Routledge, 1994.
- \_\_\_\_\_. **Vocabulário de música pop**. São Paulo: Hedra, 1999.
- \_\_\_\_\_. Beyond the “high fidelity” stereotype: defining the (contemporary) record collector. **Popular Music**. Vol. 23, n. 3, 2004, pp. 311 – 330.
- SONTAG, Susan. Against interpretation, 1964. Disponível em: <<https://belfioreword.files.wordpress.com/2014/02/sontag-against-interpretation.pdf>>. Último acesso em: 13 mar. 2016.
- SOUZA, Silvia Cristina Martins de. “Música de todo preço, música barata e música de alto coturno”: história, política e partituras musicais no Rio de Janeiro na segunda metade do século XIX. **SÆCULUM – Revista de História**, n. 28, João Pessoa, jan./jun., 2013, pp. 177–193.
- SPITZ, Marc. **Bowie**: a biografia. São Paulo: Saraiva, 2010.
- STERNE, Jonathan. “O mp3 como um artefato cultural”. In: SÁ, Simone Pereira de (Org.). **Rumos da cultura da música**: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. Porto Alegre: Sulina, 2011, pp. 63 – 89.
- \_\_\_\_\_. MP3: The meaning of a format. Durham and London: Duke University Press, 2012
- STIMELING, Travis D. “Phases and stages, circles and cycles”: Willie Nelson and the concept album. **Popular Music**. Volume 30, Issue 03, 2011, pp. 389-408.

STOCKDALE, Jonty. Computers in music. In: SHEPHERD, John *et al.* (Orgs.). **Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World – Volume II: Performance and Production**. London, News York: Continuum, 2003, pp. 234 – 236.

STRATTON, Jon. Between two worlds: art and commercialism in the record industry. In: FRITH, Simon (Org.). **Popular music: critical concepts in media and culture studies**, volume 2. London and New York: Routledge, 2004, p. 7 – 23

STRAW, Will. Exhausted commodities: the material culture of music. **Canadian Journal of Communication**. Vol. 25, n. 1, 2000.

\_\_\_\_\_. The music CD and its ends. **Design and Culture**. Vol. 1, n. 1. UK: Berg, 2009

\_\_\_\_\_. Music and material culture. In: CLAYTON, Martin; HERBERT, Trevor; MIDDLETON, Richard (Orgs.). **The cultural study of music: a critical introduction**. London and New York: Routledge, 2012.

SULLIVAN, Paul. Online sheet music: the next chapter for sheet music. **Music Week**, 23 out. 2010.

TEFERTILLAR, Robert L. Collecting the music of yesterday. **Antiques & Collecting Magazine**, 104, 7, set. 1999.

TERRY, Ken. Global Music Sales Surged in '88, IFPI says. **Billboard**, 101, 51, 23/12/1989.

THÉBERGE, Paul. **Any sound you can imagine: making music / consuming technology**. Middletown, Connecticut: Wesleyan University Press, 1997.

THÉBERGE, Paul. “Plugged in”: technology and popular music. In: FRITH, Simon; STRAW, Will & STREET, John (Orgs.). **The Cambridge Companion to Pop and Rock**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, pp. 3 – 25.

TILLEY, Christopher. Interpreting material culture. In: PEARCE, Susan M. (Org.). **Interpreting Objects and Collections**. London and New York: Routledge, 2003.

TOYNBEE, Jason. **Making Popular Music: musicians, creativity and institutions**. London: Arnold, 2000

VARGAS, Herom. Capas de disco da gravadora Continental: pós-tropicalismo, MPB e experimentalismo. In: **22º Encontro Anual de Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2013**, Salvador (BA). Anais do 22º Encontro Anual da Compós, 2013. v. 1. p. 1-24.

VAZIRI, Aidin. The CD is dead. In: HAMILTON, Jill (Org.). **The music industry**. Farmington Hills: Greenhaven Press, 2009.

VICENTE, Eduardo. Viva a morte da indústria fonográfica? Impasses e perspectivas em um cenário de crise. Trabalho apresentado ao GT “Mídia e Entretenimento”, **XVII Encontro da Compós**, São Paulo, jun. 2008.

WADDELL, Roy. Artists should decide whether iTunes offers singles or albums. In: HAMILTON, Jill (Org.). **The music industry**. Farmington Hills: Greenhaven Press, 2009.

WALDREP, Shelton. **The aesthetics of self-invention**: Oscar Wilde to David Bowie. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.

WALDRON, Janice. User-generated content, YouTube and participatory culture on the Web: music learning and teaching in two contrasting online communities. **Music Education Research**, vol. 15, n. 3, 2013, pp. 257–274.

WALTENBERG, Lucas. A recriação dos discos de vinil nos novos dispositivos digitais: o caso do aplicativo Vinyl Tap. Trabalho apresentado no **VI Simpósio Nacional da ABCIBER**, FEEVALE: Novo Hamburgo, 2012.

WANG, Ge. The world is your stage: making music on the iPhone. In: GOPINATH, Sumanth; STANYEK, Jason (Org.). **The Oxford Handbook of Mobile Music Studies**, Vol. 2. New York: Oxford University Press, 2014.

WEBER, William. Mass culture and the reshaping of European musical taste, 1770–1870. **International Review of the Aesthetics and Sociology of Music**, vol. 25, n. 1/2, jun/dez., 1994, pp. 175–190.

WILLIAMS, Raymond. **Television**: technology and cultural form. London, New York: Routledge, 2004.

WIRED. David Byrne and Thom Yorke on the real value of music. **Wired**. 18/12/2007. Disponível em: <[http://archive.wired.com/entertainment/music/magazine/16-01/ff\\_yorke?currentPage=all](http://archive.wired.com/entertainment/music/magazine/16-01/ff_yorke?currentPage=all)>. Último acesso em: 8 mar. 2016.

YOCHIM, Emily Chivers & BIDDINGER, Megan. “It kind of gives you that vintage feel”: vinyl records and the trope of death. Media Culture Society. SAGE, 2008.

YÚDICE, George. Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música. In: 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 Cores, 2011.