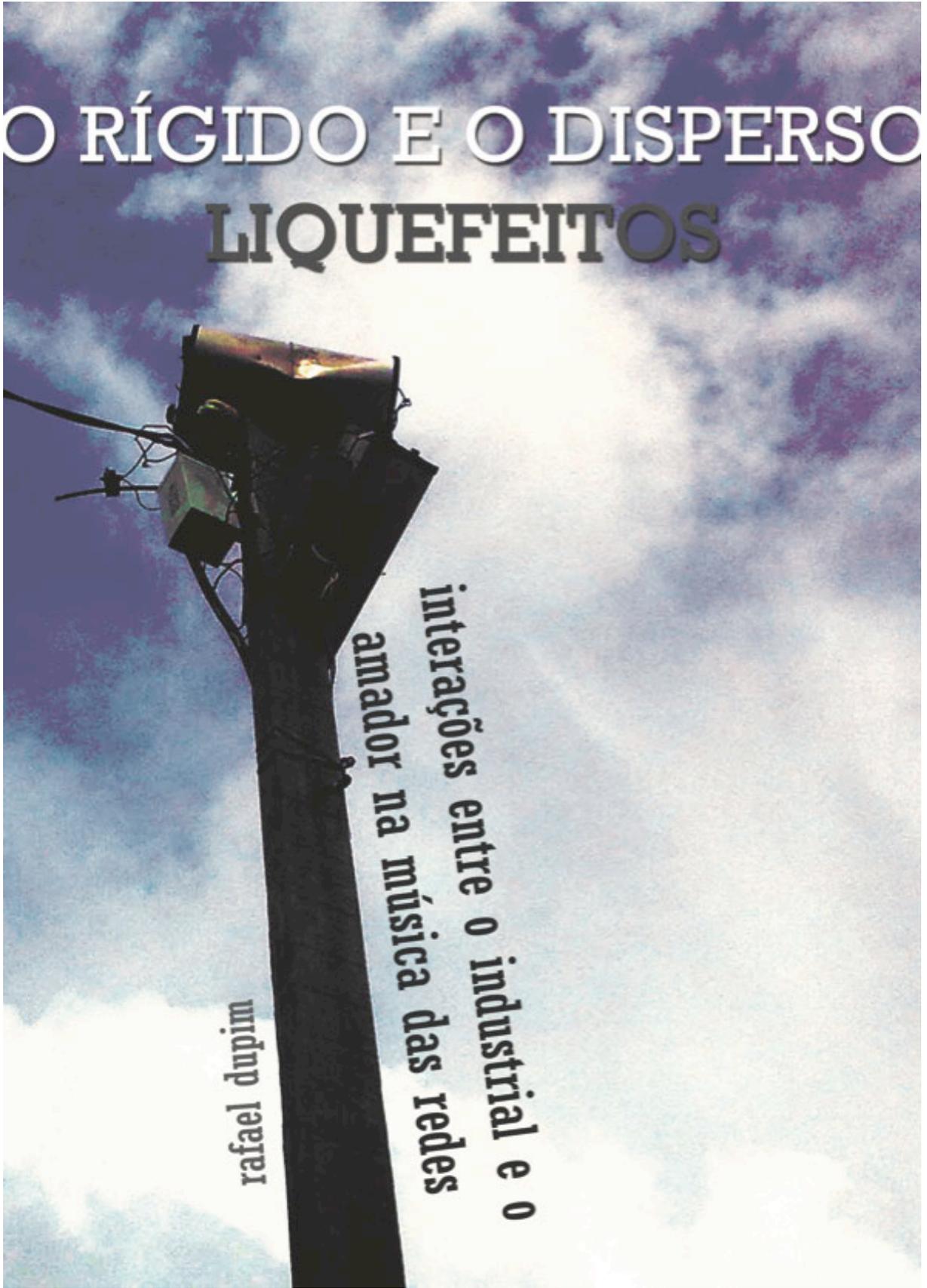


O RÍGIDO E O DISPERSO LIQUEFEITOS

*interações entre o industrial e o
amador na música das redes*

rafael dupim



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM ESTÉTICAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

RAFAEL DUPIM SOUZA

O RÍGIDO E O DISPERSO LIQUEFEITOS

interações entre o massivo e o amador na música das redes

Niterói, RJ

2012

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM ESTÉTICAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

RAFAEL DUPIM SOUZA

O RÍGIDO E O DISPERSO LIQUEFEITOS

interações entre o industrial e o amador na música das redes

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, como requisito de obtenção do grau de Mestre. Área de concentração: Estéticas e Tecnologias da Comunicação.

Orientador: Prof^a Dr^a Simone Pereira de Sá

Niterói, RJ

2012

RESUMO

Não é novidade que a relação da música com as redes digitais vem produzindo intensas reconfigurações em seus arranjos de produção, circulação e consumo. Se no século XX a música foi marcada principalmente por sua conformação à modernidade e sua formatação para o modelo industrial massivo, atravessamos o milênio vislumbrando a possibilidade de constituição de um ambiente pós-massivo, caro ao contexto do capitalismo na modernidade tardia. Reconfiguração que passa pela inclusão de novos produtores e mediadores nos processos e não se dá sem a necessidade de se repensar também a estética, a regulação e os contratos que regem a relação entre autores e públicos, produtores e consumidores, profissionais e amadores. Investindo em tal perspectiva, a pesquisa acompanhou duas plataformas de produção musical: o ccMixter, da fundação Creative Commons e o “Radiohead Remix”, da gravadora Warner Music. Sendo que ambas propõem modelos de criação e circulação a partir do incentivo à apropriação, ao remix e ao compartilhamento. O objetivo foi perceber como é possível pensar a eficiência econômica de novos modelos de produção que se pautam por propostas alternativas de regulação do direito autoral, pela participação colaborativa na criação e por novas concepções de gestão da produção musical a partir do contexto de abundância e livre acesso ao consumo e reapropriação. Com isso, foi possível trazer algumas das questões que surgem de arquiteturas em que as emissões não se dão a partir de centros e em direção às massas, mas por uma relação de interdependência entre os diversos pontos que formam a rede. A abordagem assumida procurou enfatizar as relações entre os objetos e o contexto em que estão inseridos, tomando como premissa o fato de a música não estar isolada do mundo mas exprimindo atravessamentos com a condição de suas redes sociotécnicas.

Palavras-chave: pós-massivo; redes de compartilhamento; estéticas tecnológicas; DJ's amadores; música *open-source*.

ABSTRACT

It's well known that the relation between music and the digital networks are producing intense rearrangements in the process of production, distribution and consumption of music. If the 20th century was marked mainly by its conformation to modernity and the mass production industry, we've crossed the millenium visualising the possibility of constitution of a post-massive environment. A reconfiguration that should pass through the inclusion of new producers and agents. A inclusion which can't be taken without rethinking the aesthetics and the contracts that rules the interactions between authors and publics, producers and consumers, professionals and amateurs. From this perspective, the research followed two platafforms of musical production, ccMixter and Radiohead Remix. Both them propose the remix and sharing as strategies of mobilization of independent musicians. From the observation of the objects it was possible to bring questions about the architecture of networks, in which the transmission do not follow the broadcast system but invest in a exchange between the many dots of a network. The aproach chosen emphasizes the conection of the objects with the context, assuming that music is not isolated but in constant interaction with the world, the technologies and the culture.

Keywords: post-massive; sharing networks; aesthetics of communication technologies; amateur Dj's; open-source music.

AGRADECIMENTOS

Ao PPGCOM/UFF, por acreditar no projeto, pelo acolhimento em um ambiente fraterno, por me conceder uma bolsa de pesquisa e por proporcionar encontros e experiências transformadoras nestes mais de dois anos.

À minha família, meu recanto espiritual, minha referência de vida e minha agência de fomento integral. Sem o apoio dela nada disso seria possível.

A todos os professores com quem convivi no período. Certa vez ouvi que o aprendizado com o professor não se dá somente pela troca de saberes e apresentação de livros. Ele se dá também pelo hálito, do grego espírito. Agradeço pelo contato com o espírito de todos desde minha chegada ao Rio e nos encontros e congressos que pude participar. Não há como listar todos, mas não posso deixar de enfatizar o contato com Cezar Migliorin, Erick Felinto, Vinícius Pereira, Marildo Merlicone, Fernando Rezende e Henrique Antoun.

À professora Patricia Moran, que quando ainda cursava a graduação pela UFMG me disse despreziosamente: "acho que você deveria fazer o mestrado na UFF Dupim! É um bom lugar para você". Ela não deve se lembrar disso, mas para mim sou como profecia.

À Simone Sá, com quem aprendi os caminhos para transformar a paixão por sons em reflexão. Mas não só por isso, foi muito generosa e afetiva por todo o período de nossa convivência. Se este trabalho fosse um arranjo, os solos seriam meus e as harmonias dela.

À Juliana, que por boa parte deste projeto esteve a meu lado. Não é possível ignorar sua influência no ritmo que a pesquisa tomou. Dos momentos mais calmos aos mais inquietos.

Ao primo César, que me quebrou todos os galhos desde a época das provas para entrar no mestrado.

À colega Gabriela Miranda, pela sintonia com que compartilhamos a responsabilidade do estágio de docência.

A todos os alunos também. Pela troca de conhecimentos, pelo ótimo ambiente construído na sala de aula e por me despertarem para a importância do lugar que ocupei. Lendo seus trabalhos me dei conta de que mesmo com tanta informação disponível, a faculdade continua sendo o espaço da reflexão.

Às grandes amigas que fiz neste período. Impossível recordar destes tempos sem atribuir-lhes o meu mais alto apreço. Trago todos no peito com o orgulho de ter participado dessa geração excepcional. Não poderia escolher ou imaginar essa turma. Não seria capaz de conceber tamanha alegria. Certo que ainda nos encontraremos muito pela vida. Muito obrigado pela felicidade da convivência Beto, Giban, Bia Paes, Lia Bahia, Ana Claudia, Rodrigo Capistrano (o epicentro disso tudo), Gabi, Lígia, Tahiane, Ednei, Zé Claudio, Rúbia, Luiz Garcia, Fred, Caio, Lívia, Simpla, Michele. É sempre um prazer encontrar com vocês e transformar qualquer dia de janeiro em um acontecimento único. Viva o idealismo! Viva a esquerda da esquerda! A política da festa! O fato de serem meus amigos, já é motivo de grandes esperanças.

Ao pessoal do Labcult, onde sexta sim, sexta não, atualizávamos nossas idéias, nossos problemas, e trazíamos uma leveza para a rotina das pesquisas. Heitor, Henrique, Ariane, Lucas, Jefferson, Michele, Bia Poliva e todos os outros que participavam eventualmente.

Deixei por último entre os amigos a figura do camarada Isaac Pipano. Izalakias!, nasci com duas irmãs e os irmãos conheci pelo caminho. Este trabalho é seu também meu velho, por nunca ter negado uma ajuda e pelas bebedeiras regadas de novas idéias. São sempre renovadoras as nossas declaradas inspirações de inventar essa vida.

Quando iniciei os esforços para chegar ao Rio, minha canção companhia era "Oriente", de Gilberto Gil. Cantarolei por tempos *determine rapaz, o local do teu curso de pós-graduação*. Já no Rio, nos tempos de crise, lembrava "A Peleja do Diabo com o Dono do Céu" e solfejava *Que eu não vim de longe para me enganar*. Hoje não há nada mais próximo de meu estado de espírito que *I can try, with a little help from my friends*.

tenho visto tantas vezes isso de compromisso político ser usado como uma espécie de tranquilizante epistemológico... Não sinto a menor simpatia por isso. Acho os tranquilizantes ótimos; mas quando se trata de pensamento, prefiro os inquietantes.

Viveiros de Castro

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
CAP 01. Entre negociações sonoras e negócios musicais.....	17
A formação do mercado musical burguês.....	20
"Túmulos do samba, mas possível novo quilombo de zumbi".....	21
A música e a gestação do capitalismo pós-industrial.....	27
Do contexto aos objetos: web 2.0, cultura <i>remix</i> e o consumidor/produtor caseiro.....	38
CAP 02. Música como água.....	45
Radiohead Remix.....	51
Radiohead e Open Source.....	55
ccMixer.....	58
Linguagem da comunicação <i>remix</i> e o repertório comum.....	65
Concepções do comum: <i>Creative Commons</i> e <i>copyleft</i>	66
<i>Copyfarleft</i> e Gentrificação.....	69
Possíveis regimes.....	73
CAP 03. A estética e a conética da canção.....	78
3.1 Diálogos sonoros transculturais.....	83
Uma breve história da canção.....	88
Coerências sônicas.....	91
As redes da canção: entre centros e periferias.....	94
A conética e o dilema do formato.....	97
3.2 Marcas sonoras e os rastros da canção.....	101
O mercado de sonoridades.....	104
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
BIBLIOGRAFIA.....	111

INTRODUÇÃO

Nos dois últimos anos, enquanto me dedicava a essa pesquisa, notícias sobre música teciam uma narrativa de transformações. Em algumas o tom era de crise, como ilustraram os alardes à decadência das lojas de discos. "Vendas de discos nos EUA têm pior registro em décadas"; "Presidente da Universal considera últimos dias como os mais fracos da história". Na mesma marcha, outra manchete sintetizava o anúncio de novos tempos: "Quase uma lenda, a Modern Sound não sobrevive à era digital". Uma reestabilização chega a ser sugerida quando a Apple comemora a reinvenção do velho negócio de vender músicas: "iTunes chega aos 10 bilhões de *downloads* musicais". Mas a aparente recuperação da indústria fonográfica não se sustenta até o próximo acontecimento: "Hackers negam ter roubado músicas de Michael Jackson. Acervo de inéditas valia 250 milhões.". A música, ao que parece, tornou-se um investimento financeiro de alto risco e lastro volátil. Mas não é difícil perceber que o consumo e a produção continuam em alta. A crise é o momento de novas oportunidades.

Nas ruas, a paisagem dos centros comerciais também expressara mudanças. As lojas de Cd's perderam seus espaços mais nobres. No caminho, no entanto, ainda topamos com discos em bancas, camelôs, misturados com barras de chocolate nas lojas de departamento ou com encartes especiais nas melhores livrarias. Algumas lojas de CD e Vinil resistem bravamente. Outras se fazem essenciais ao negócio fonográfico, como os varejistas que estrategicamente viram suas caixas de som para as ruas de grande movimento e tocam, no volume máximo, repetidamente, os *hits* do momento, competindo com o rap que sai do carro, o *funk* do celular ou a flauta de bolivianos que se apresentam ao vivo na calçada e ofertam suas músicas em Cd e fita K7.

Para quem começara a estudar as tecnologias de comunicação, esses circuitos paralelos, a princípio ignorados pelos centros de produção e frequentemente retratados como pirataria ganhavam uma atenção renovada. O livro "Tecnobrega: a revolução do Pará" (LEMOS e CASTRO, 2008) mostrara o potencial expressivo das novas tecnologias, articuladas por uma rede de novos mediadores (Dj's, aparelhagens, carros de som, camelôs) que promovem uma efervescente cena de música eletrônica no norte do país, totalmente independente dos centros da indústria cultural. Casos semelhantes ocorrem com o funk no Rio de Janeiro, onde os bailes são a parte mais evidente de um arranjo que envolve compositores, produtores, equipes de som etc. Há também os *SoundSystems* Jamaicanos, com suas grandes caixas valvuladas

tocando nas praças e que hoje são reproduzidos em várias metrópoles do mundo. Ou mesmo a música que imigrantes vietnamitas erradicados nos EUA produzem e fazem circular por cd's gravados em casa. Em todas as manifestações, o traço comum é a relação criativa com as tecnologias, sendo capaz de mobilizar grandes circuitos e reorganizar a produção por redes alheias aos meios de massa. Como na formulação de Marshall McLuhan, o conteúdo de um meio é sempre outro meio. A multiplicação de programadores, emissores e mediadores que ocupam as "*highways* da informação", nos permite concluir que a vitalidade social das ruas, como meio de comunicação da espontaneidade, da liberdade de manifestação, da produção de encontros e contatos diretos encontram ecos expressivos no ciberespaço. A criatividade popular, nas redes como nas ruas, negocia sua linguagem a partir dos usos, pelas práticas, bricolagens, táticas garantidas pela liberdade de se explorar o código e compartilhar o conhecimento.

Aos pares produtor/consumidor, emissor ativo/receptor passivo, profissional/amador, que davam conta das indústrias massivas, somam-se outras categorias que tipificam o ambiente pós-massivo. O universo de fóruns, comunidades, *hackers*, *downloads*, vírus, *cracks*, trocas par-a-par e *remixes* transcende conceitos de cultura participativa ou interatividade, que dão conta apenas de parte das manifestações. Principalmente, as que dependem da interlocução dos públicos com os centros produtivos e suas interfaces. Mobilizados em rede ou de forma independente, os usuários da internet foram capazes de produzir sistemas e produtos complexos como o Linux e a Wikipedia¹. Para a música, foram necessários poucos meses para que praticamente toda sua história gravada fosse digitalizada e compartilhada. As ações partiam de lugares difíceis de determinar, podendo ter a colaboração de donos de discotecas domésticas ou mesmo de funcionários de gravadoras, ocultos pelo anonimato dos primeiros anos da rede. Nesse caso, não era preciso grandes conhecimentos de programação e todos eram potenciais *hackers*, no sentido de atuarem a favor da livre circulação de informações. O resultado da participação coletiva foi que, com o tempo, apareceram até mesmo gravações raras, fora de catálogo, tiragem especiais e as cobiçadas *bootlegs*, algumas com alto valor de mercado, praticamente desaparecidas até mesmo dos acervos originais dos grandes estúdios

¹ Em pesquisa, foi apontado que seriam necessários cerca de 7.8 bilhões de dólares para se construir o Linux em um regime corporativo tradicional. No entanto, ele é desenvolvido quase completamente apenas por voluntários, que se organizaram de forma cooperativa, em troca de reputação ou da satisfação de se empenhar no projeto. Espalhados ao redor do mundo, os que contribuem com a Wikipedia, Linux ou qualquer outro projeto de gestão aberta são convidados a dispor do quanto acharem possível do seu tempo e conhecimento.

Da economia imaterial da música

Esta pesquisa é sobretudo um esforço de tomar posição diante do panorama desenhado acima. Em 1995, aos 12 anos e já um entusiasta dos BBS², testemunhei a chegada da *internet* no Brasil. Ainda tenho a lembrança da aura de novidade absoluta que a envolvia. Seu ambiente permissivo parecia tão fascinante que qualquer tentativa de se estabelecer modelos e regras soava como retrocesso. O modelo ideal era o que ali se encontrava: a liberdade de explorar suas possibilidades aliada a astúcia para não ser *hackeado*, contaminado por um vírus, etc. Hoje, no entanto, não é possível ignorar a diversidade e sofisticação dos agenciamentos da produção em rede.

Diante de debates a respeito da flexibilização do direito autoral, do fomento à produção em rede, da gestão aberta e participativa, e do acesso à informação e ao conhecimento, os rumos da música na era digital fornecem material importante para uma maior compreensão da passagem da produção cultural para as bases digitais. Não é difícil perceber que o campo da música tem sua estética e modo de produção imbricados ao contexto social.

Music is prophecy: its styles and economic organization are ahead of the rest of society because it explores, much faster than material reality can, the entire range of possibilities in a given code. It makes audible the new world that will gradually become visible (ATTALI, 1977, p. 11).

De fato, se considerarmos a atualidade das afirmações de Attali, a publicação dos anos 70 soa hoje como uma profecia. Dentre os setores da indústria cultural, certamente a música foi a que mais rapidamente teve transformadas suas formas de produção, circulação e consumo. Fosse pelas novas interfaces e possibilidades de manipulação do som, fosse pela diversidade de modos de circulação nas redes ou pelos diversos dispositivos de escuta que se tornaram cotidianos (vide *iPods* capazes de armazenar milhares de músicas). A diversidade das práticas musicais fez deste um campo privilegiado de observação das formas como as relações se estabelecem na rede.

O interesse da academia pela expressão criativa a partir da organização de redes colaborativas, alheias aos centros da produção cultural, coincide com o interesse de um novo capital, disposto a entender os desejos dessas multidões e extrair valor de sua produção espontânea. A dimensão social da música, sua capacidade de potencializar modas, gostos e

² Bulletin Board System.

experiências partilhadas alimenta modelos que exploram o desejo de vivenciar e experimentar a partir das relações sociais, dos contatos e dos afetos.

O declínio do regime de acumulação de discos e a emergência das formas de produção e consumo imaterial podem ser percebidos pelo modo como representam a transição de um setor que se fundamentou pela semelhança a regimes fabris modernos e que agora investe em configurações mais condizentes com o funcionamento do capitalismo imaterial, pós-moderno. Tradicionalmente, as indústrias culturais se organizaram a partir de estruturas que tinham muito em comum com o regime fordista clássico. A produção fonográfica ergueu-se pelo esforço de transformar a música em uma *commodity*, passível de relações de compra e acumulação. Seu pilar foi a fabricação em série de discos e suas estratégias de venda para coleção e escuta privada. O aparelho industrial que movimentou a maior parte do mercado fonográfico se sustentou pela articulação entre os grandes estúdios e os meios massivos e pelas garantias do regime de propriedade autoral que ainda hoje vigoram.

Já à empresa 2.0, que nasce com as redes digitais e sua consequente interseção com a produção cultural, não cabe apenas produzir e vender, mas gerir a produção coletiva em suas várias dimensões, reconhecendo e modulando a multiplicação de mediadores e criadores pela oferta de serviços que atendem às suas necessidades e os mantém em suas próprias redes.

As contradições entre o velho e o novo regime, no entanto, não aparentam serem relações de puro conflito, mas de contágio mútuo. Contraditoriamente, *djs* da eletrônica e do *hip hop*, cuja criação se dá essencialmente por apropriação e *remix*, roubam a cena também no *mainstream* musical, enquanto as grandes gravadoras destinam boa parte de seus esforços à repressão das cotidianas trocas de arquivos musicais, através de iniciativas como o SOPA³ e DRM⁴. Nas grandes empresas de música, o foco dos negócios se redireciona para a venda de espetáculos, de experiências e da associação de seus artistas à moda e a outros produtos de consumo material. Assim, a produção fonográfica, que se baseara na disciplina da cadeia produtiva, não pode mais prescindir da livre circulação de músicas e da articulação com as plataformas 2.0, sob o risco de perder o contato com seus públicos fundamentais.

Para a web 2.0, a liberdade das trocas e a abundância do material musical são primordiais. Sem basear-se na relação de compra e venda da gravação, o valor imaterial da

³ SOPA: Stop the Piracy Act. Proposta de reforma das leis americanas para impedir a circulação livre de arquivos digitais.

⁴ DRM: Digital Rights Management. *Software* de proteção ao *copyright* pré-instalado nos sistemas operacionais para computadores e celulares.

música é extraído da sua capacidade essencial de produzir e partilhar afetos, modismos e comunidades de gosto. A gestão contemporânea expande seus mercados por práticas que ficavam à margem das grandes indústrias, percebendo novos públicos e formas de consumo. Desde manifestações desprezíveis como os que compilam coletâneas e repassam aos amigos, até as artes sônicas, que em muitos casos servem às demandas dos estúdios e *home studios* por novas sonoridades, ou os que escrevem críticas por diversão, os que constroem sua imagem pela exposição de seus artistas preferidos e solitários aprendizes de dj.

A empresa musical contemporânea atua a partir da livre circulação de música e do reconhecimento e capturação dos diversos modos de se produzir e se relacionar a partir dela. Por este modelo de gestão, é possível perceber alguns dos modos como os dispositivos tecnológicos se expandem no sentido de mediar expressões cotidianas e transformar interações sociais em valor econômico. Noções que são fundamentais para plataformas *on-line*, que trabalham mediando interseções entre o econômico, o social e o cultural.

Da cartografia do trabalho e seus objetos

Dentre as diversas práticas que se relacionam à música na atualidade, foram escolhidas duas plataformas em particular: a comunidade de músicos amadores *ccMixer*, promovida pela fundação *Creative Commons*⁵ para testar seu modelo de direito autoral flexível (*Common Rights*); e o concurso “Radiohead Remix”, promovido pela própria banda. Em ambos os projetos, a mobilização dos participantes se deu pela disponibilização de músicas com os canais de áudio separados⁶, para que pudessem ser mixados por quem se interessasse. Uma prática incomum na música em geral, mas que tem sido cultivada por *disk jôqueis* e que ganhou maior visibilidade com a emergência de produtores amadores e a multiplicação de interessados em experiências de intervenção e *remixagem* sonora. Os objetos dizem respeito também ao mercado de músicos caseiros e remetem ao potencial de invenção destes atores e a toda rede de equipamentos, interfaces e experiências que atendem aos desejos dos amadores em seus *home studios*.

⁵ A *Creative Commons* está no centro de discussão do governo brasileiro (ver p. 69).

⁶ Em geral, cada sonoridade de uma música é gravada separadamente. Instrumentos, vocais e efeitos são posteriormente reunidos em uma única faixa e disponíveis para escuta. Curiosamente, este é talvez o último acervo intocável da indústria fonográfica. As fitas originais, com os canais das gravações mais notórias, é que permitem o lançamento de constantes remasterizações para os novos formatos e suportes, CD, DVD, Blue Ray, etc.

A opção por duas plataformas cujos públicos e procedimentos são semelhantes permitiu uma análise comparativa das duas redes. A partir delas foram propostas algumas discussões principais. A primeira diz respeito ao papel dos públicos massivos e dos centros de produção, em práticas onde o compartilhamento e as redes sociais são fundamentais. Para isso, o *ccMixer* foi tomado como um representante de uma perspectiva de produção cooperativa, em que a importância está no caráter comunitário da participação e onde não há ênfase na relação com as indústrias massivas, já que apenas o material licenciado pela *Creative Commons* pode ser reaproveitado. Assim, foi possível perceber como a produção colaborativa se dá de fato e qual o seu alcance efetivo para a criação musical. Já o “Radiohead Remix” aposta no compartilhamento e no *remix* como forma de mobilizar públicos e repassar composições de uma banda mundialmente conhecida a partir da transmissão ponto a ponto. Como será mais extensamente discutido, a plataforma é bem sucedida e produz números massivos a partir de um modelo de comunicação em rede.

A segunda questão parte de uma análise da estética conveniente a uma música feita para as redes. O formato aberto que estas propõem aponta para um consumo de produtos inacabados, modularizáveis, que se prestam mais facilmente à intervenção e ampliam as possibilidades de equalização, atendendo ao desejo de músicos e consumidores ativos que desejam interagir, modificar, intervir, criar sua própria versão do som. A partir disso, a pesquisa faz considerações a respeito das mudanças que esta condição implica na relação entre o receptor e a obra, e o modo como os formatos industriais fechados, principalmente a canção, tem que ser repensados para dar conta de tais processos.

Simultaneamente a estas questões está colocado o papel do DJ como um tipo ideal, que representa uma série de novos mediadores e criadores que passam a fazer parte das indústrias criativas. A partir deles, lançamos o problema de se repensar o papel dos criadores, considerando os paradoxos da reprodução das divisões produtor/consumidor, amador/profissional em um ambiente pós massivo. E o modo como o regime de direito autoral, pensado para os modelos massivos, é um agente essencial para a legitimação de fronteiras entre estas categorias.

O trabalho investe na relação da música com suas tecnologias de gravação, suportes de inscrição e meios de circulação. Em um segundo momento, explora-se as relações de propriedade intelectual e quais as possibilidades abertas por modelos de gestão da música que incluem a participação ativa dos públicos. Uma terceira questão, que não está desvinculada das

anteriores, diz respeito às proposições estéticas que sugerem essa forma de música e ao desafio de perceber como sua sonoridade expressa a relação com o aparelho que a produz.

Para esta pesquisa, os objetos funcionaram como dispositivos, atravessados pelas relações entre a música, suas tecnologias e o contexto social em que estão inseridos. Em uma trama que em nada se parece estática, estabelecida, eles serviram como fios condutores para abordar redes de relações econômicas, políticas e estéticas. Como as configurações de manifestações musicais da atualidade foram sendo moldadas? Em que medida os novos regimes produtivos remetem a uma construção histórica do modo de se relacionar com a música? Qual o papel dos mediadores, novos e tradicionais, na cultura participativa? Quais os modelos possíveis para a produção colaborativa? Projetando a música como uma fábrica aberta, em que todos participam, como pensar a partilha dos produtos da criação coletiva? Como a música expressa essas relações inclusive em suas sonoridades?

Essas são algumas das questões que serão exploradas ao longo do texto. O desafio assumido é o de traçar uma perspectiva que pretende dar conta da novidade, sem perder a dimensão histórica da relação entre o homem e a música.

1

entre negociações sonoras e negócios musicais das paisagens pré-modernas ao ambiente pós- massivo

Não perguntes por quem os sinos dobram, eles dobram por ti

John Donne, 1624

'cuz music is the King of all professions!

Fela Kuti, 1969

Os *spirituals* ditavam o ritmo do trabalho nas plantações de algodão e nas linhas de trem que cortavam a paisagem do sul dos Estados Unidos. O coro expressava o lamento, o *blues*, com versos de sofrimento e cantos que traziam as tradições vocais africanas para novas terras. Pela música, tornavam possível a construção de uma paisagem sonora comum, um lugar compartilhado, onde poderiam manifestar seus próprios desejos de expressão. As manifestações não se esquivavam, no entanto, da dura realidade. Cantar era praticar a espontaneidade sem poder fugir à coerção, o coro era lamento e embalo para os dias de trabalho árduo. O ritmo ditava a velocidade dos gestos, o som marcava as jornadas e as melodias matinais, mais brandas, preparavam para as tardes de esforço e som intenso. Cantar era necessário, para o alívio e para a dor. Durante o trabalho, o canto era uma imposição, um dispositivo essencial de disciplina do campo (BULL, 2003). Para o capataz, enquanto cantassem e trabalhassem permaneceriam ocupados. O silêncio era uma ameaça de conspiração. Para os que se arriscassem a fugir das *plantations*, locomover-se sem barulho nas matas era essencial. De seu alpendre, o senhor de terras escutava as melodias da continuidade do trabalho escravo, o som do tempo circular, das estruturas sociais perpetuadas.

Paisagem tão severa não poderia ter sido narrada senão por uma demarcação rígida das relações de poder, que se revelam na clareza das distinções entre o escravo e o carrasco, o silêncio e o som, o segredo e a vigilância. Ainda assim, talvez como uma forma possível de existir e resistir, os *spirituals* não se furtaram a dar conta também das fronteiras, das dissonâncias, enfatizando os vibratos, os intervalos sonoros que não se fixam em uma ou outra nota da escala ocidental. Como o *bend* das guitarras do *blues*, uma técnica que veio da palavra inglesa para entortar. *Bend*: tornar curva uma coisa reta. Dar fluidez a fronteiras fixas, expressar sutilezas em relações rípidas. Ainda que pela música.

Nas terras brasileiras, as manifestações dos povos escravizados exprimiam semelhanças com o norte. Luta e dança, esporte e ritual, a capoeira pode-se dizer que era também uma metáfora de vidas sempre tomadas por imposições, mas que ainda assim teimavam em criar novas formas de se expressar. Na composição de uma roda de “Capoeira Angola”, a mais próxima de suas antigas tradições, são postos lado a lado três berimbaus. O mais grave deles é o gunga, que dita o ritmo. Elegância, raiva, destreza, malícia, inteligência, ginga e mandinga se manifestam na roda de capoeira enquanto o som do gunga dá o tom. Mas o tocador não deve impor o ritmo, precisa compreendê-lo a partir da sua relação com a roda e assim decidir por acompanhá-la ou intervir na mesma, com variações de velocidade, *swing* e força. Também

não há uma hierarquia definida sobre quem toca o gunga. Ele não é necessariamente tocado pelo mais antigo, o mais sábio, o mais reconhecido. O direito de tocar o gunga surge das interações e pode mudar ao sabor da roda.

"Capoeira nasceu foi no quilombo

Olha no sofrimento da senzala

O nego cantava ladainha

Enquanto a cana era cortada"

Para se pensar a história recente da música, a capoeira e o *blues* são metáforas bastante pertinentes. Como na roda, as expressões atuais envolvem uma série de participantes cujas posições não são fixas. Lutam e dançam tecnologia e sociedade, arte e mercado, popular e erudito, música gravada ou não, *majors* e independentes, oficial e pirata, profissional e caseiro. Cada uma destas categorias toma novas dimensões quando vistas não como campos distintos, mas enfatizando seus imbricamentos, suas fronteiras e relações. Villém Flusser (2007) chamou esses processos de negociação entre campos distintos de "mútua subversão", ou seja, o modo como a empiria e a ciência, a teoria e a prática, as fábricas e as ruas se inspiram uma na outra. Para o autor, os objetos da cultura pós-industrial materializariam essa perspectiva, por não serem apenas produto das fábricas, mas da resposta destas às demandas sociais.

Levando em conta estes imbricamentos, o primeiro capítulo trará alguns momentos importantes para se pensar a construção do mercado e da linguagem da música *pop* até que se chegue na atualidade e principalmente no contexto dos objetos do trabalho: a produção, circulação e consumo musical que inclui a participação ativa dos consumidores e produtores caseiros. Com isso, pretende-se defender uma perspectiva em que a história da música é feita de desvios e continuidades, recuperando alguns dos momentos em que as sonoridades expressaram a tensão e o contato entre os diferentes agentes envolvidos no universo da música. Buscam-se também as origens da mercantilização da música e dos diversos atores e agenciamentos que contribuíram para a constituição do patrimônio fonográfico e da herança musical da modernidade.

A formação do mercado musical burguês

No fim do século XVIII, as pequenas vilas francesas puderam escutar os ecos da revolução burguesa pelo badalar dos sinos. À medida que as transformações sociais chegavam ao campo, a demanda de uma emergente sociedade civil pela autoridade sobre os sinos foi motivo de tensões entre igreja, administração pública e população (CORBIN, 1998). Único objeto capaz de rivalizar os sons da natureza e o barulho "divino" dos trovões, o sino organizava os territórios sonoros, demarcando a extensão dos domínios de cada vila, servindo de referência aos viajantes, marcando os intervalos de trabalho e descanso dos moradores e indicando os períodos de oração e celebração. Sua importância para a comunicação, inclusive de grandes cidades, onde redes de torres reverberavam os badalos por extensas áreas, tornara o monopólio da igreja sobre a autoridade de emitir mensagens a partir dos sinos um problema. O direito ao badalo era uma reivindicação da possibilidade de se emitir sons e comunicar.

A paisagem sonora daquele tempo era tomada por novos agentes e atores sociais. Em uma grande cidade européia, Wolfgang Mozart foi um dos que se aventuraram no projeto da burguesia nascente. A genealogia de um mercado musical formal, para autores como Attali (1977), poderia ser feita a partir deste personagem. Mozart era um músico independente assim como todos os trabalhadores livres das cidades. Desligado de seu vínculo com a corte de Salzburgo, o compositor foi viver na cidade de Viena, um importante centro europeu de difusão musical, onde se situavam editoras, copistas e máquinas de impressão. Sem os benefícios do mecenato, custeou sua vida pela venda de composições, por apresentações públicas e pelo ensino de música. Atividades que lhe tomavam boa parte do tempo que poderia dedicar à composição, seu talento verdadeiramente excepcional.

Talvez o primeiro artista independente notório, Mozart morreu jovem, depois de produzir mais de 600 composições e acumular uma poupança de 60 clarins, insuficiente para pagar sua dívida estimada em 300 mil unidades da mesma moeda.⁷ Integrado ao mercado, estava sujeito a outras relações de poder, mediadas pelo regime de trabalho remunerado. Enquanto ativo, Mozart experimentou também a reconfiguração do papel do compositor, trabalhando de forma autônoma e lidando com a aprovação de grandes públicos e críticos que

⁷ Na curiosa teoria de Attali (ATTALLI, 1985), Mozart teria sido vítima do sistema do estrelato. O economista entende o culto voraz aos ídolos como uma versão contemporânea dos rituais de sacrifício. Na comparação do autor, as estrelas são escolhidas assim como em tempos ancestrais uma figura notória era eleita para as sonoras cerimônias de sacrifício.

tinham acesso a sua obra em todo continente. Sem a segurança de pertencer a uma corte, até então o recanto seguro dos músicos profissionais, sua posição no mercado não foi muito diferente da que ocupa hoje o trabalhador da indústria criativa. A instabilidade funcional e a insegurança dos vínculos empregatícios informais permite inclusive comparações com o modelo contemporâneo da "cidade por projetos" analisado pelos autores franceses Luc Boltanski e Eve Chiapello (2009). Sua dificuldade em sobreviver, apesar do talento, também antecipou boa parte dos problemas de medida e valoração que acompanharam a transformação da música em uma mercadoria.

As soluções encontradas para extrair valor da criação autoral foram estabelecidas pela Convenção Internacional de Berna ainda em 1886. Estas garantiram, pela primeira vez, a posse das editoras sobre os registros notados de obras musicais no território de todos os países signatários. Com isso, as execuções de obras originais passaram a ser taxadas pelos escritórios de arrecadação. Os músicos tiveram que estabelecer acordos com as editoras para que estas lhe repassassem parte do dinheiro. A posição de privilégio das editoras nos acordos vinha também das condições dos sistemas de comunicação do período, que impossibilitavam a existência de um grande número de editoras. Era preciso dar conta de extensos territórios e de espaços internacionais, a partir das poucas vias de comunicação. O monopólio ou o estreito oligopólio que colocou em funcionamento o modelo atravessou todo o século XX e só hoje, com a comunicação em rede, vem sofrendo o desgaste de sua desatualização. Situação a que chegaremos adiante, depois de um breve percurso sobre a história da música após o advento das tecnologias de gravação.

"Túmulo do samba, mas possível novo quilombo de zumbi": a música na era de sua reprodutibilidade técnica

Apesar das editoras européias terem iniciado o processo de transformação da música em mercadoria, foi primeiramente nos ares do continente americano, marcados pelo que McLuhan chamou de "implosão elétrica", que a música chegou às conformações da vida das massas urbanas. O fonógrafo, que curiosamente é uma tecnologia mecânica⁸, sintetizou uma

⁸ A história é interessante para percebermos como uma tecnologia depende de todo um ambiente social para emergir, desfazendo noções em que a técnica simplesmente impacta o social. Cientificamente o fonógrafo já era um objeto possível, mas foi apenas com o desenvolvimento de um modo de vida que requeria a escuta privada que ele despertou interesse e se tornou viável comercialmente.

série de transformações por que passaram a cultura e a sociedade na era da reprodutibilidade técnica. A imagem dos primeiros cilindros de cêra, vendidos em latas, é icônica. Edison os concebeu de modo que os sons pudessem ser serializados, padronizados, assim com uma série de produtos que passaram a fazer parte do cotidiano da sociedade de consumo. Mas, como se sabe, Edison não havia pensado em música para seus gravadores domésticos. Seus cilindros, que permitiam também gravar, foram concebidos primordialmente para o registro de vozes. Este foi um dos motivos que levaram o fonógrafo a perder a corrida tecnológica para o gramofone, que não permitia gravações domésticas, mas cujos discos de cera apresentavam melhor qualidade para a gravação de músicas. O desejo de ouvir boas gravações, bons artistas, acabou por ser mais importante que o de gravar e emitir.

Todo o processo de definição do padrão tecnológico expressa também uma série de transformações por que passaram o aparelho sensório e os hábitos do homem da metrópole. Na formatação do gramofone, a música se conformou aos modos de vida do emergente proletariado urbano, transformando-se em uma mercadoria passível de consumo e acumulação.⁹ No modo de funcionamento dos toca-discos também se cristalizaram os processos de construção do espaço privado burguês, do entretenimento caseiro e da noção de um ambiente acústico particular, isolado das paisagens sonoras externas (STERNE, 2003).

Essas novas concepções do lazer doméstico e do espaço individual privado se traduziram também no fetiche da alta fidelidade sonora, a escuta sem interferências, que acompanhou desde então o *marketing* dos reprodutores de sons. A idéia de sistemas *Hi-Fi* carregava também uma função didática, de auxiliar na educação da escuta mediada pelos aparelhos. O ouvinte deveria saber diferenciar os ruídos das gravações e ignorar os sons indesejáveis que a reprodução técnica acrescentava à música. A escuta do gramofone trouxe também as noções de consumo e escuta "passivos", onde a fruição, diferente das apresentações ao vivo e da música caseira dos pianos, passou a exigir uma atividade corpórea bem menos intensa.

⁹ Essa história é ricamente narrada no trabalho de Jonatahn Sterne (2003) sobre a construção dos modelos de escuta modernos.



Fonógrafo e cilindros de cêra. Gravar sons interessava menos que ouvir música com qualidade.

A reprodutibilidade técnica transformou profundamente os padrões estéticos não só pelas mudanças na recepção e no consumo de música, mas também pelas transformações em suas instâncias de produção e circulação. A distância entre os circuitos da alta cultura (nobre e clerical) e a baixa cultura (burguesa e popular) se achatou ao passar pelo gargalo do regime de produção industrial. Nos estúdios das primeiras gravadoras e nas prateleiras das lojas, sinfonias de Mozart e canções de Ray Charles passaram a dividir os mesmo espaços, as mesmas experiências de escuta e as mesmas relações de compra e venda. Como esclareceu Walter Benjamim ao escrever sobre a invenção do cinema (BENJAMIM, 1993), a reprodutibilidade técnica subtraiu a aura da obra de arte original e única ao deslocar o testemunho da música de seu lugar de tradição. A sinfonia se destacou de todo o rito em torno dos teatros e óperas tradicionalíssimas e moveu-se para a sala de estar. O mesmo se deu com o *blues*, retirado do

delta do Mississippi, ainda em 1918, pela voz de Robert Johnson, a convite de um produtor do Texas.

A perda da aura acompanhou a massificação do acesso e a conformidade da música aos novos padrões industriais. As grandes gravadoras, que nasceram dos estúdios de cinema, adotaram boa parte de seus procedimentos administrativos. Um dos eixos de seu funcionamento foi a periodicidade dos lançamentos, que até hoje segue as estações e datas do calendário comercial. Os procedimentos industriais incluíram também a busca por fórmulas de sucesso, como a formatação das músicas e a padronização das expectativas de escuta do público, tal qual se estabeleceu com o formato canção e as divisões por gênero¹⁰. Outra característica do modelo massivo tanto do cinema quanto da música foi o *star system* e a consequente ênfase em grandes sucessos¹¹. Sistema que foi possível pela articulação umbilical com o rádio, a imprensa e o próprio cinema. Algo que contribuiu também para a centralização e para o monopólio das representações sociais a partir da música gravada¹².

Apesar das evidências de centralização na arquitetura da indústria fonográfica, é importante frisar também que, mesmo com o monopólio dos meios de produção, a constituição de uma música para as massas só foi possível a partir de um intenso intercâmbio com a classe proletária urbana, seu principal alvo de consumo e também uma importante fonte de criatividade e inovação. Para garantir seu funcionamento e a perspectiva de grandes vendas, boa parte dos ritmos e das estrelas da indústria fonográfica tiveram, desde sua origem, raízes populares. Visto dessa forma, o proletariado foi a classe de consumo e também de criação da música massiva. A indústria fonográfica exerceu, nesse sentido, um papel de mediadora e não só de produtora. Assim, ainda que não seja possível ignorar o comando centralizador e a intensa interferência da indústria no processo, não é devido negar a expressiva contribuição das populações na constituição do universo fonográfico. Algo que por vezes é ignorado ou apagado, como é possível perceber nas relações de posse dos direitos autorais, que manteve e ainda mantém a maior parte do patrimônio musical nas mãos da indústria.

¹⁰ O assunto será mais extensamente comentado no capítulo III.

¹¹ No funcionamento da indústria fonográfica, o lançamento das grandes estrelas se dá, ainda hoje, simultaneamente ao de artistas de menor prestígio e de uma série de tentativas que mal se pagam, assim como na produção de filmes.

¹² Pode-se dizer que hoje, com a real multiplicação de identidades e representações, a inerente relação entre o massivo e o monopólio pode ser questionada. Há diversas experiências de convivência entre o ambiente de múltiplas representações e o culto às estrelas e aos produtos massivos da tv, por exemplo. Algo que exploraremos com a análise do Radiohead Remix nos capítulos II e III.

No Brasil, a história do samba é bastante representativa da intensa relação entre um ritmo popular e seus desdobramentos na indústria fonográfica. As rodas de samba são, desde sua origem, um encontro de celebração da cultura afro-brasileira. O samba é um espaço com sua própria nobreza, com seus locais de sabedoria e de alegria e também seus mestres, cantores, compositores, instrumentistas. Com a reprodutibilidade técnica, os diversos ritmos e gêneros em torno do que se chamava samba entraram no estúdio fazendo-se necessário reinventar suas práticas e sonoridades para que estas se adaptassem às contingências materiais, que incluíam, por exemplo, a limitação dos instrumentos de captação do período¹³. As músicas ganharam estruturas mais comuns para os meios massivos e incorporaram, por exemplo, arranjos sinfônicos e instrumentos que nada têm a ver com sua origem, mas que estão muito presentes na rotina de gravações dos grandes estúdios. Retirado dos terreiros, o seu lugar de tradição, o samba foi reapropriado e serviu à construção de outros universos simbólicos, como o do Estado Novo, que escolheu o ritmo para ser símbolo da unidade nacional das massas urbanas brasileiras (BISSOLI, 2004).

O ambiente social também criou novos consumidores do ritmo, sozinhos em seus pequenos apartamentos, escutando o samba sem a experiência em torno do samba. A letra da bossa-nova "Sampa", de Caetano Veloso, em homenagem à São Paulo, capital da industrialização brasileira, lembra uma frase de Vinícius de Moraes que dizia que a cidade era o tûmulo do samba. O poeta via o concreto, a fábrica, a paisagem cinza e rígida como um lugar impossível para a vida do samba. Por outro lado, foi pela indústria fonográfica que o samba se misturou à sociedade dando origem inclusive a outros gêneros, como a bossa nova, um samba tocado em casa, baixinho, com um banquinho e um violão¹⁴.

As cidades foram o tûmulo do samba, mas durante a constituição da massa proletária e principalmente da classe criativa foram também um espaço de expressão e afirmação das culturas afro-brasileiras. Um possível novo quilombo de zumbi.

¹³ Assunto comentado também no capítulo III.

¹⁴ Segundo a biografia da bossa nova de Ruy Castro (CASTRO, 1990), João Gilberto teria desenvolvido o estilo da bossa nova recluso no apartamento da irmã na cidade mineira de Diamantina, após uma longa temporada morando no Rio de Janeiro. A sensação de fracasso de sua primeira incursão às terras cariocas o teria motivado a se trancar em casa. Segundo testemunhas, o músico passava a maior parte do dia no banheiro devido à boa acústica do local.

"Pan-América de Áfricas utópicas

túmulo do samba

mas possível novo quilombo de zumbi

(...) porque és o avesso do avesso do avesso do avesso (...)" *Sampa, Caetano Veloso*

No entanto, como ocorreu desde Mozart e a invenção das editoras, quando levamos em conta apenas o regime jurídico que regulamenta o modelo massivo, a parcela de contribuição das populações para a música certamente não é representada com a mesma isonomia na divisão do patrimônio dos direitos autorais. Como fica evidente na biografia de boa parte dos sambistas daquele período, há uma grande disparidade entre sua importância para o samba, a notoriedade de suas músicas e suas recompensas financeiras. Essa distinção entre a forma como os conteúdos das indústrias culturais foram criados (a partir de diversos atores, inclusive com a apropriação de tradições populares) e a maneira como foram protegidos pelos direitos autorais (beneficiando principalmente os aparelhos de produção e seus donos), motivou posteriormente o enfrentamento de músicos, como muitos dos artistas da *black music* americana, que criaram seus próprios estúdios, selos e gravadoras. Um ato com a conotação política de tomar os meios de produção e garantir sua posse sobre a criação. Isso aconteceu com o *funk* dos anos 70 das gravadoras Stax e Motown e com as diversas gravadoras de *rap* surgidas nos anos 90. No Brasil, o cantor Tim Maia criou o selo Seroma inspirado no movimento americano.

Entretanto, como será discutido ao longo do texto, a criação de selos e gravadoras independentes, principalmente a partir do pós-guerra, não se restringiu a esses exemplos e motivações. A descentralização da produção foi também a tendência de um mercado que buscava representar uma maior diversidade e penetrar em grupos e nichos de menor apelo massivo. A capilarização da produção foi uma resposta à demanda pelo consumo de representações mais diversas.

Essa dinâmica de reapropriação dos ritmos, gêneros e dos meios de criação, que inclui uma intensa relação entre populações, mercados e públicos, serve de base para argumentos que defendem a flexibilização dos direitos autorais e a garantia de acesso, compartilhamento e reapropriação de músicas protegidas pelo *copyright*. Posição justificada pela consciência de que a constituição do repertório musical se deu a partir da formação de um patrimônio comum,

compartilhado, mas cujas leis de direito autoral não compreendem dessa forma. Este debate que será mais extensamente analisado no capítulo II. Antes disso, seguiremos na ilustração de alguns momentos que conseguem capturar esse movimento de constante interação e influência entre campos distintos, as mútuas subversões que contribuem para a constituição dos modelos de produção musical que conhecemos.

A música e a gestação do capitalismo pós-industrial: demanda por novas formas de vida, contracultura e rock'n roll

A passagem para o capitalismo de base imaterial pode ser explicada, de maneira sucinta, como a emergência de um modelo econômico com ênfase no setor terciário. Este seria um arranjo inédito da economia, que até então havia experimentado a passagem do setor primário, extrativista e agricultor, para o secundário, industrial.

Durante o primeiro período de industrialização, populações migraram para a cidade e o setor industrial se tornou o motor do desenvolvimento da maior parte dos países dominantes. Boa parte da agricultura e da extração mineral foram industrializadas e sua produção passou a servir à demanda das grandes cidades. Os serviços, o comércio e as comunicações também tiveram como objetivo principal escoar a produção contínua das fábricas¹⁵. A forma como esse processo se deu na música é ilustrada por passagens que repercutem momentos representativos de sua mercantilização na Europa e do estabelecimento dos grandes monopólios da indústria fonográfica massiva.

Hoje, no entanto, é possível apontar algumas mudanças substanciais no sistema de produção hegemônico. Transformações que caracterizam a fase pós-industrial das economias desenvolvidas. Segundo diversos autores que analisam a modernidade tardia ou pós-modernidade (JAMESON, 1997; HARVEY, 1992; NEGRI e HARDT, 1993; CASTELLS, 1999), essa condição manifestou-se a partir do momento em que a industrialização atingiu o seu ápice, seu ponto de ruptura ou de inflexão, que como consequência teria submetido o poder de diversas indústrias às necessidades do setor terciário.

¹⁵ A estrutura de produção da moda, um caso clássico, ilustra a situação. Tanto a agricultura do algodão quanto a venda de roupas e as cores da estação eram coordenadas pelas indústrias, que centralizavam as principais decisões. Já no modelo imaterial, os estilistas, *designers* e varejistas passam a ter um parque industrial flexível que trabalha atendendo à suas demandas. Além disso, são as marcas e os estilos, valores abstratos e imateriais, que produzem a maior parte dos lucros. Dado que sustenta a idéia de capitalismo imaterial.

Por essa perspectiva, o coração da produção passou a ser regido pelas comunicações, pelas transações do capital financeiro, pela criatividade, pela manipulação simbólica e pela administração de afetos, de contatos e de redes sociais. Operações de caráter primordialmente imaterial. Dessa forma, os braços da produção em contato direto com o público, como o comércio e o *marketing*, passaram a ter outras funções que não apenas a de escoar a produção. Estes tornaram-se primordiais para a relação com o cliente, para a identificação de demandas, para o desenvolvimento de novos produtos e para criação de novas experiências de consumo. A produção em larga escala não deixa de existir, mas seus produtos ganham variedades que atendem aos mais diferentes desejos. Essa mudança nas relações econômicas pode ser percebida pelo deslocamento dos parques industriais para regiões periféricas e pela manutenção do seu comando nas sedes globais. O processo é fortemente apoiado pela informatização da produção e pela comunicação em rede, que permite a criação e identificação das demandas de diferentes grupos e indivíduos e o acionamento telemático das fábricas. Por sua vez, os parques industriais passam a flexibilizar sua capacidade produtiva, investindo em processos que permitem atender às variações de demanda

A constante busca por inovação e diversidade, que caracteriza os ambientes pós-industriais, inclui a expansão das relações econômicas por manifestações que escapavam ao alcance da produção industrial massiva. Isso se dá reconhecendo e mediando o potencial de invenção e a demanda por diferentes formas vida. A ubiquidade da comunicação auxilia no contato com a diversidade de expressões criativas que cobre desde os centros capitalistas até suas periferias metropolitanas e campestres. Mesmo as mais exóticas regiões do globo interessam por sua capacidade de criar e portanto produzir, gerar valor. A inspiração na criatividade do máximo de grupos e indivíduos serve à criação de novos e diversificados bens de consumo¹⁶. A efetividade do modelo passa também pela capacidade de atender inclusive às manifestações de protesto e as reivindicações por transformação social. Sem uma estrutura rígida, o capitalismo imaterial não se efetiva pela imposição de um modelo mas pela maleabilidade de sua existência.

Na música, a diversidade de representações e o crescimento da oferta de produtos não massivos foi possibilitada, em um primeiro momento, pela emergência de gravadoras menores

¹⁶ O autor Chris Anderson (ANDERSON, 2004) dá o nome de "Cauda Longa" a essa intensa diversificação da produção pós-industrial, que não enfrenta mais as dificuldades da serialização e massificação ou a necessidade de lojas físicas para a oferta extremamente variável de produtos.

e selos independentes. A direção artística própria dos selos, mesmo quando incorporados às *Majors*, permitiu que estes se dedicassem a um estilo, região ou cena específica. Sua existência também pôde ser vinculada à permanência ou efemeridade dessas inovações. Novos gêneros e subgêneros articulados com mídias, lojas e casas de *shows* especializadas puderam assim fazer parte do mercado fonográfico e das indústrias de gravação - até então dedicados principalmente à produção em massa.

A este primeiro momento de descentralização e capilarização da produção musical, seguiu-se uma transformação ainda mais profunda quando a digitalização e o fim dos suportes materiais trouxeram a necessidade de reconfiguração drástica da produção cultural em geral. Do cinema aos periódicos, a crise do valor de mercadoria dos produtos culturais obrigou o mercado a se reinventar e a música certamente foi a que mais rápida e intensamente teve de processar sua pós-industrialização. A insustentabilidade do regime pela venda do produto material motivou a ênfase maior, por exemplo, em outras dimensões da experiência musical, como a relação entre música e moda e sua capacidade de mobilizar redes e comunidades de gosto. Dimensões que sempre existiram para a indústria fonográfica, mas que eram secundárias ou serviam como impulso para a venda de discos e que passam então a ser o seu principal negócio.

A transição para o sistema de produção baseado nos valores imateriais implicou em alterações talvez equivalentes às radicais mudanças por que passou o homem e a sociedade que se constituiu em torno das fábricas. Boa parte destas transformações ainda estão sendo percebidas e para entender ao menos parte delas é pertinente identificar primeiro as motivações sociais que iniciaram o ciclo de mudanças.¹⁷ Com este recuo, pretende-se indicar primeiramente algumas heranças culturais que viriam a ter forte presença no ambiente midiático contemporâneo. Os argumentos que serão expostos se filiam a duas tradicionais e amplamente publicadas visões sobre as origens dos computadores e sobre a gestação do capitalismo imaterial. A primeira está nos textos fundamentais da literatura da cibercultura e investiga sua herança na contracultura americana, retomando as relações entre a criação da informática pessoal e as manifestações que tomaram a Califórnia nos anos sessenta (MARKOFF, 2005; TURNER, 2005; BRAND, 1987). A segunda visão parte da escola do novo operáismo italiano (LAZZARATO, 2006; NEGRI e HARDT, 2004), se valendo de argumentos que colocam a criação das tecnologias e das expressões midiáticas como uma

demanda social, que só em um segundo momento tornariam-se uma meta do desenvolvimento tecnológico e uma necessidade do mercado. Recuperar alguns momentos dessa história será importante para entendermos a construção de uma nova concepção dos meios, que passou a incluir a descentralização da produção, a expressão de diferentes grupos e minorias e o atendimento à postura ativa dos públicos.

Como expõem Negri e Hardt, a sociedade em rede foi uma resposta às diversas demandas que foram criadas primeiro no campo social e que estão hoje materializadas nas tecnologias de comunicação. Com esse argumento, os autores deslocam os discursos que colocam o contexto econômico como a motivação de todas as transformações sociais, como é comum na análise pela perspectiva dos economistas. Negri e Hardt atrelam a produção econômica ao social e apresentam as revoluções culturais como condicionantes históricas e também inventoras das transformações por que passaria toda a economia. Como defende ao colocar as origens revolucionárias da nova matriz tecnológica e da passagem ao pós-industrial.

Os movimentos anteviram a consciência capitalista de uma necessidade de mudança paradigmática na produção, e ditaram sua forma e sua natureza. (...) A reestruturação da produção, do fordismo ao pós-fordismo, da modernização à pós-modernização, foi antecipada pelo surgimento de uma nova subjetividade. A passagem da fase de aperfeiçoamento do regime disciplinar à fase sucessiva de mudança do paradigma de produção foi impulsionada, de baixo para cima, por um proletariado cuja composição já tinha mudado. O capital não precisou inventar um novo paradigma (mesmo que fosse capaz disso) porque o momento realmente criativo já tinha ocorrido. O problema do capital era, antes, o de dominar uma nova composição que já fora produzida autonomamente e definida dentro de uma nova relação com a natureza e o trabalho, uma relação de produção autônoma (NEGRI e HARDT, 2004, p. 296).

O início dessas reivindicações teria se dado principalmente a partir dos anos sessenta. Segundo o interessante argumento de Negri e Hardt, a incapacidade de atender aos desejos dessa geração seria também a explicação mais clara para o fim do bloco soviético, cuja rígida estrutura burocrática não teria sido capaz de transformar o setor produtivo, apesar de este ser um desejo também dos trabalhadores de Moscou e de outros centros industriais avançados de administração socialista (ibidem, p. 298).

Entre os movimentos de afirmação das minorias ou a recusa às guerras, as demandas desse novo proletariado eram manifestas também na vontade de realizar trabalhos fora das fábricas, de ter horários flexíveis, a possibilidade de se deslocar, de realizar tarefas criativas, de

se expressar e uma demanda geral de realização e felicidade. Em "O Novo Espírito do Capitalismo" (BOLTANSKI E CHIAPELLO, 2009), os autores se atêm ao modo como boa parte destes discursos libertários dos anos sessenta teriam sido incorporados inclusive às cartilhas de recursos humanos das grandes empresas, na tentativa de motivar e mobilizar funcionários. As idéias da liberdade de expressão individual a partir do faça-você mesmo, do comunitarismo, da colaboração e da economia justa a serviço da felicidade e realização, que a princípio se apresentavam como utopias, ganhariam então uma forte presença também nos discursos e narrativas de defesa da economia capitalista baseada nas grandes empresas.

Para recuperar algumas origens dessas demandas sociais, é válido recuar ao momento da crise que levou à explosão de reivindicações sociais nos anos sessenta. De forma breve, podemos apontar o controle da indústria cultural pelos regimes totalitários, cujo ápice foi a II Guerra, como o período de maior degeneração da cultura de massa. O desencanto quanto ao potencial revolucionário dos meios massivos é muito bem compreendido pela leitura comparada de "A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica" (BENJAMIM, 1993) e "Indústria Cultural - O Iluminismo como mistificação das massas" (HORKHEIMER e ADORNO, 2002). O primeiro autor, que escreveu durante a gestação do nazismo (cujo texto seminal transcende em muito o comentário a seguir), ainda que tenha enfatizado as ambiguidades do sistema, enxergava uma potência revolucionária na comunicação de massa de viés socialista, cuja administração defendia ser um dever do proletário esclarecido. Já os textos de Adorno, escritos com a guerra em curso, retratam todo o desencanto causado pela relação intrínseca dos meios de comunicação com as ditaduras e seu uso para alienação das massas e mobilização em torno do culto aos ditadores. A guerra foi o auge da fábrica de morte nazista e a indústria cultural foi seu fúnebre meio de legitimação. Não por acaso, nos países em guerra, este talvez tenha sido o período em que menos se ouviu música e mais foram transmitidos discursos, ordens e bombas através do rádio.

Em contraste, uma das expressões musicais mais marcantes da década de 40 foi o *beep bop* de Charlie Parker, Dizzie Gillespie, Thelonious Monk etc. Essa versão do *jazz*, livre de estruturas e feita a partir de improvisos era tocada em pequenos clubes de Manhattan. O *beepbop* foi uma música sem estúdios ou ensaios, feita no momento, como resultado de interações e improvisos. A cada nova apresentação os músicos criavam uma nova música. O *beepbop* era também uma música aberta a participação. Mesmo que sua velocidade e complexidade funcionassem como uma barreira a aventureiros, boa parte da platéia era feita de

músicos que se revezavam no palco. Também eram raros os cantores. O movimento foi alheio à grande parte do que definia a indústria fonográfica e o rádio. Apenas uma pequena gravadora independente, chamada Blue Note, guardou a maior parte dos poucos registros do *bebop*. Mas o estilo foi sobretudo impossível de ser gravado, pois não era a repetição e a serialização mas a troca presencial e momentânea que motivava seus criadores. O *jazz* foi uma música da boêmia, dos bares e bordéis. Não se conformava à vida privada. Era produtora de contatos e relações sociais e também alheia à organizações e estruturas, fossem elas melódicas, rítmicas ou produtivas. Nem por isso foi menos virtuosa. Uma música, em várias dimensões, anti-massiva.

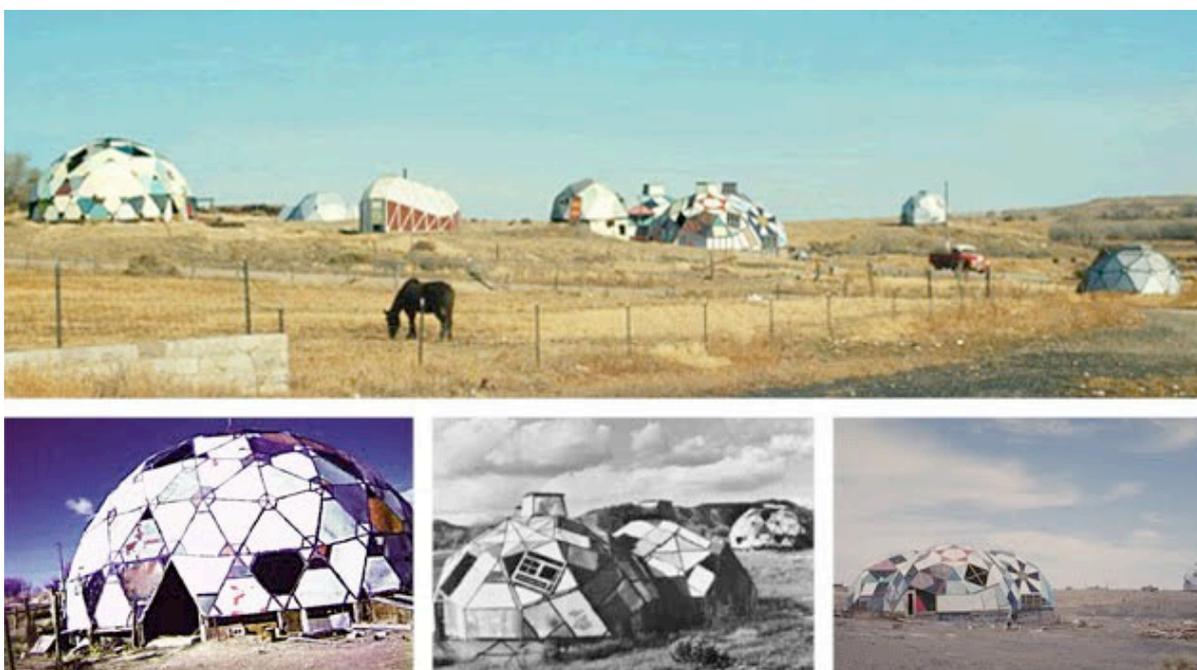
Duas décadas depois, a geração herdeira da guerra manifestou o desejo de reinventar a vida quando foi convocada a repetir a produção de morte nos novos *fronts* contra o mundo soviético. Se negando a reviver a trajetória de seus pais e avós, a juventude se mobilizou na luta por mudanças sociais, que se expressaram nas guerrilhas do terceiro mundo, no maio de 68 francês, na Primavera de Praga, na luta pelos direitos civis das minorias e pelo fim da guerra do Vietnã.

Todos estes movimentos tiveram uma forte conotação na demanda por novas formas de vida e novas representações sobretudo não massificantes. Na Califórnia, particularmente, o interesse pelas tecnologias tomou a centralidade de algumas manifestações. Em 1964, estudantes da "University of California" (UCLA) marcharam com cartões perfurados colados ao corpo em protesto contra a informática. Essa ciência aplicada simbolizava naquele contexto o aparelho industrial militar e o estado tecnocrático, centralizador. As manifestações reivindicavam que as tecnologias deveriam servir ao homens localmente, para suas próprias expressões. Douglas Engelbart, um dos cientistas que contribuiu com a invenção da informática, pregava à época que as ciências da informação deveriam ser desenvolvidas a partir de experiências cotidianas. *Build the tools you want to use, rely on them for your work, and refine them through experience* (Douglas Engelbart)¹⁸. Engelbart viveu intensamente o período e suas contribuições, como o desenvolvimento das interfaces gráficas e de outros dispositivos de interação com as máquinas, foram definitivas para a futura criação da informática pessoal.

A contracultura inventou também novas formas de protesto, como a manifestação do desejo de reinvenção da vida e revolução dos costumes. Suas utopias incluíam a apropriação e

¹⁸ Construa as ferramentas com que deseja trabalhar, dependa delas para seu trabalho e as refine a partir de sua experiência. tradução do autor.

experimentação com os aparelhos à mão. A resignificação dos objetos ganhou nesse período a conotação de exercício da vida e da liberdade de expressão e criação. As comunidades *hippies*, por mais paradoxal que pareça, foram ambientes ao mesmo tempo de recusa à vida urbana e incorporação das tecnologias como instrumento essencial para seu funcionamento. Segundo a proposta de algumas comunas, o empoderamento do indivíduo, que não mais precisaria das instituições, seria possível a partir do uso libertário das ferramentas à disposição. A proposta de autossuficiência dos comunitaristas incluía uma vida às margens que, no entanto, se beneficiava do excesso da produção industrial, se apropriando de sucatas e pequenas tecnologias¹⁹.



Drop city: Domes construídos com sucata das indústrias californianas

¹⁹ Atualmente esse sonho é recriado na felicidade de se morar em condomínios campestres e se abastecer da cidade. Viver da urbanidade sem habitá-la. David Harvey (1998) percebe este modelo de habitação como um sintoma da pós-modernidade.

Uma publicação fundamental para se captar o sentimento do período é o *Whole Earth Catalog*, concebido por Stewart Brand como veículo de informação aos comunitaristas. O material reunia informações científicas como uma foto da Terra divulgada pela NASA e um catálogo de pequenas ferramentas e tecnologias como lanternas, sementes, telefones, roupas e soluções amadoras que facilitariam a vida bucólica. Em famoso discurso²⁰ na universidade de Stanford, em 2005, Steve Jobs relembra o *Whole Earth Catalog* comparando-o ao Google de sua época, dando aos dois uma conotação de oráculo das soluções amadoras.

Essa relação transformadora com os aparelhos permeou a contracultura e está manifesta em sua expressão mais representativa: o *Rock 'n Roll*. O *rock* foi o primeiro gênero musical massivo a expressar claramente o contato experimental com a tecnologia. Até então, o gênero havia sido marcado como uma música festiva da juventude pós-guerra, transmitida globalmente pelos satélites e pela indústria fonográfica internacional. Na Inglaterra, o *rock* ganhou novas facetas pela mistura com o *blues* americano, que chegava aos filhos da classe operária britânica pelas ondas curtas do rádio. Mas foi a sua apropriação como expressão da contracultura que trouxe outras e fundamentais conotações à ligação umbilical do *rock* com a "Era da Eletricidade" (McLUHAN). No gênero massivo da juventude global, os rebolados de Elvis e Chuck Berry cederam espaço às guitarras e amplificadores.

O gênero abusou da apropriação e criação a partir de equipamentos do aparelho industrial-militar, incorporando a transcendência do *rock* progressivo de Pink Floyd, o desbunde registrado no estúdio móvel dos Rolling Stones, o espaço acústico quadridimensional dos submarinos atracados em Liverpool e os ruídos da máquina de guerra que o paraquedista Jimi Hendrix havia vivenciado na Coreia.

Em *Gramophone, Film, Typewriter* (KITTLER, 1999), o autor alemão Friederich Kittler conta em detalhes a transformação de sucata bélica em instrumentos de criação sonora. Filho de socialistas que atravessaram o muro, Kittler permaneceu alheio à "maio de 1968" e as manifestações da juventude esquerdista européia, encontrando no *rock'n roll* a grande expressão criativa de sua geração. O texto de Kittler esclarece como as conotações subversivas que envolviam o *rock*, desde a liberdade sexual até o uso de substâncias proibidas, foram expressas

²⁰ "When I was young, there was an amazing publication called *The Whole Earth Catalog*, which was one of the bibles of my generation. It was created by a fellow named Stewart Brand not far from here in Menlo Park, and he brought it to life with his poetic touch. This was in the late 1960's, before personal computers and desktop publishing, so it was all made with typewriters, scissors, and polaroid cameras. It was sort of like Google in paperback form, 35 years before Google came along: it was idealistic, and overflowing with neat tools and great notions." fonte: <http://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505.html>

também em sua sonoridade. O gênero passa a ser entendido, a partir do autor, como a invenção de uma nova linguagem para os equipamentos sonoros. O livro retoma as origens industriais-militares dos *headphones*, que serviam para a comunicação dos pilotos de avião. A tecnologia estéreo, que auxiliava na orientação dos mesmos pilotos em áreas de pouca visibilidade, onde os canais da direita e esquerda indicavam obstáculos. As fitas magnéticas que serviam para edição de vozes em missões de contra-espionagem. As ondas de rádio VHF que faziam a comunicação entre tanques e barricadas. E os grandes auto-falantes com *kilowatts* de potência que dominavam o espaço sonoro para transmitir informações nos campos de batalha. Na empolgante visão que Kittler abre sobre o *rock*:

If Control, or, as engineers say, negative feedback, is the key to power in this century, then fighting that power requires positive feedback. Create endless feedback loops until VHF or stereo, tape deck or scrambler, the whole array of world war army equipment produces wild oscillations (...). Play to the powers that be their own melody (KITTLER, 1999. p.110).

Afetado pela paisagem germânica, ainda hoje marcada por *vans*, motocicletas, rádios e bases aéreas do tempo da guerra. O autor salta dos laboratórios e campos de batalha à indústria da comunicação e descreve a posterior tomada das idéias do *rock* pela indústria do entretenimento. Para ele, os meios de comunicação usados pela máquina de guerra para eliminar "vácuos de liderança" ganharam, em tempos de paz, uma nova linguagem, que veio a dar nova finalidade ao grande aparato industrial montado em função da guerra e tornado ocioso pelo seu fim. O entretenimento, para o autor, foi uma nova maneira de promover o que chama de "mobilização total".

Winamp, mp3 e Napster: a música na era da abundância e do compartilhamento

"1984 não será como 1984", foi com esse *slogan* que o primeiro computador pessoal a alcançar grande sucesso comercial foi anunciado, no intervalo do "Super Bowl" americano, em dezembro do ano anterior. O anúncio produzido por Ridley Scott recuperava o imaginário distópico de George Orwell e parodiava a cena inicial de "2001: uma odisséia no espaço". O machado lançado aos ares simbolizava a explosão da tecnocracia a partir da nova ferramenta à mão dos homens livres: o "Apple Macintosh". A máquina carregava outros simbolismos. A

Apple era até então uma empresa desconhecida, de garagem. Seus fundadores, Steve Jobs e Steve Wozniak, auto-denominados filhos da contracultura, não pertenciam a nenhuma escola de informática e sua ligação com esse mundo exclusivo se dava a partir das reuniões do pioneiro grupo *hacker* "Homebrew Computer Club". O Macintosh foi apresentado como o fogo que Prometeu rouba dos Deuses e entrega aos homens. Uma idéia arrancada dos laboratórios de grandes empresas e disponibilizada para a população em geral a preço acessível, tal qual os sonhos de apropriação do aparelho tecnológico que permeavam o imaginário californiano desde a década de sessenta.

Contudo, no dia da apresentação do produto, a empresa de fundo de quintal já tinha como executivo o ex-presidente da Pepsi e bancara o famoso anúncio de 1.5 milhões de dólares. Como seguiu-se nas narrativas dos novos produtos digitais, idéias de *hackers*, programadores amadores com profundo conhecimento, recebiam aportes financeiros de fundos de risco para transformar o mundo da informática. Foi assim com o Google, Facebook, Soundcloud e etc.

Por esta dinâmica, a inclusão de empreendedores independentes na corrida por inovações passou a fazer parte do imaginário e do funcionamento do meio. Surgindo das mãos de garotos, a responsabilidade pelas inovações e também pelos grandes investimentos que muitas vezes atentavam contra as leis e a lógica da produção massiva eram diluídas em redes cujos responsáveis finais, os garotos, eram na verdade apenas parte dos interessados.

Tais representações foram acompanhadas por expressões culturais relativas. No imaginário *pop* britânico, os *punks* deram lugar aos *nerds* e o *rock* ao *techno*. Os primeiros eram adolescentes retirados dos guetos da depressão econômica do fim dos 70 e alçados à fama por publicitários e produtores como Malcom McLaren. Nos anos noventa, o lema "faça você mesmo" ganhou novas representações. De cabelos longos e óculos fundo-de-garrafa uma dupla chamada "Chemical Brothers" tornou-se um ícone. Nos cliques da dupla, feitos por consagrados diretores do cinema americano como Spike Jonze e da publicidade como Michael Hausmann, a representação mais recorrente era a de garotos transgredindo normas, roubando carros, entrando em boates, como bons *hackers* a romper com as barreiras de acesso. Paradoxalmente, a grande indústria musical reproduzia nestes produtos os ícones que posteriormente forçariam a sua reconfiguração.

Se apresentando por trás de computadores, a dupla abusou de colagens, sintetizadores e sequenciadores digitais, espalhando a sonoridade do *underground* londrino para os *clubs* do

mundo inteiro. A primeira música de sucesso da dupla foi lançada junto à já famosa banda Oasis, um grupo que se valia de referências explícitas aos Beatles. A batida acrescentada pelo Chemical Brothers na música do Oasis era na verdade um *sample* da faixa "Tomorrow Never Knows", do álbum Revolver dos mesmos Beatles²¹. A banda e a música traziam o *rock* e o *pop* para o contexto da reapropriação e *remix* de repertórios e também de parceiras entre diferentes artistas e gêneros.

Uma nova corrida tecnológica da informática se deu quando a rede de computadores se espalhou pelo mundo e jovens cresceram em contato com a linguagem dos computadores. Enquanto a "Wired Magazine" e o livro "The Future of Ideas" (LESSIG, 2001) projetavam um futuro em que "America On-Line" (AOL)²² e Microsoft dominariam o mercado, ferramentas desenvolvidas por empreendedores fora do centro das atenções passaram a modificar o cenário. Entre 1998 e 1999, alguns anos depois do Linux, surgiram o Winamp (primeiro tocador popular de mp3) e o Napster. Ferramentas simples que marcaram a história da rede e da indústria fonográfica.

Em 1999, o Napster foi desenvolvido por uma empresa de xadrez virtual, a Chess.net. O sobrinho do dono da companhia foi apresentado como o programador responsável, se tornando um notório emblema da cultura jovem a povoar a rede. Com o Napster, a produção imaterial coletiva, até então voltada ao universo dos programadores, passou a incluir milhões de usuários. Em poucos meses, a produção partilhada foi capaz de converter e disponibilizar em mp3, um acervo imaterial que a indústria sozinha seria incapaz de produzir na mesma velocidade. A noção de gratuidade da música e do acesso ao conhecimento em geral, bandeiras do movimento *hacker*, se legitimaram pelas multidões que fizeram do compartilhamento livre uma prática cotidiana. Com a adesão de multidões aos sistemas de compartilhamento, a multiplicação de participantes nos processos de circulação, a despeito do regime legal, tornou impraticável as tentativas de proibição das trocas livres no ambiente digital. Dessa forma, o Napster tornou-se um símbolo, incorporando tanto o mito da iniciativa individual quanto da passagem para a internet das redes de troca.

²¹ A faixa havia sido a primeira música de estúdio dos Beatles, antecipando as colagens que fariam em seguida no álbum Sgt. Peppers. No livro com a história da música escrito por George Martin, o produtor conta que essa batida não era possível de ser tocada ou refeita nem pela própria banda, já que tinha sido o resultado de horas de colagens e intervenções em fita magnética.

²² O *hype* que inflacionou as ações da AOL ao ponto desta comprar a centenária Time Warner está representado nas páginas da revista Wired da virada do milênio. Pouco depois da fusão, os papéis da AOL despencaram de 224 bilhões para 10 bilhões de dólares. Episódio que culminou com o "estouro da bolha Pontocom".

Do contexto aos objetos: web 2.0, cultura *remix* e o consumidor/produtor caseiro

A força criativa dos públicos em contato com as novas tecnologias, como no caso do Napster, contribuiu para a construção de novos sentidos para o uso dos aparelhos. No mesmo movimento, o envolvimento dos usuários na produção e no compartilhamento de produtos da cultura sustentou a emergência de um renovado capital digital que conduziu mudanças significativas no regime de produção cultural. Mantendo-se o ciclo de interações entre públicos, tecnologias e mercados exposto ao longo do capítulo, a música do início do milênio passou por um período de intensas inovações em seu arranjo produtivo e em sua estética, que refletiram na negociação de uma linguagem cara aos meios digitais.

O produtor amador e caseiro, cuja relação com a indústria cultural foi predominantemente de consumidor, passou a ser investido de novas expectativas de mercado e produção de valor principalmente a partir do conjunto de ferramentas chamadas de *web 2.0*. Partindo do princípio de que as radicais mudanças no consumo de produtos culturais não teriam volta, iniciativas passaram a explorar a idéia de *web 2.0*, procurando mobilizar a seu favor a força produtiva amadora, já intensamente ativa nas redes de compartilhamento e na produção de conteúdos originais ou feitos pela apropriação de material da indústria.

As plataformas 2.0 foram bem sucedidas quando desenvolveram modelos adequados de agenciamento da produção coletiva em suas redes e conseguiram, ao mesmo tempo, se eximir da responsabilidade pelos conteúdos que disponibilizavam. O comunitarismo virtual, a cooperação e a liberdade de experimentação e partilha, que permearam o imaginário da rede, se tornaram assim um grande negócio. Da comunicação livre, a partir das novas ferramentas, surgiram o Google em 2004, o Orkut no mesmo ano e o Youtube em 2005. Todos estas ferramentas convocavam a participação de produtores amadores na disponibilização de conteúdos.

A despeito dos interesses das indústrias culturais tradicionais, essas plataformas conseguiram se legitimar pelas multidões de usuários que foram capazes de mobilizar. Mesmo que seus negócios não tenham sido fruto somente de manifestações espontâneas mas também de investimentos de milhões de dólares na criação de servidores.

Segundo Tim O'Reilly, que cunhou o termo, a *web 2.0* é um conjunto de plataformas que surge da observação do modo como o público usa a rede. O modelo entende que a gerência da empresa digital deve buscar atender os desejos do público, se valendo do imenso banco de dados sobre consumidores que a internet pode gerar. Na internet 2.0, "você"²³ se tornou o empreendimento do ano.

Don't fight the internet. That's actually a wonderful way to think about it. Think deeply about the way the internet works, and build systems and applications that use it more richly, freed from the constraints of PC-era thinking, and you're well on your way (O'Reilly, 2005).

A concepção de uma arquitetura das redes moldada a partir das necessidades dos usuários, apesar de poder parecer uma constatação evidente, não é consensual nem mesmo entre as empresas digitais. Para a Apple, Microsoft e outras corporações que se dedicam principalmente à venda de *hardwares* e *softwares*, apesar de as informações dos usuários também serem fundamentais, não é interessante propor arquiteturas abertas, já que é pelo rígido controle de suas tecnologias que mantém sua fatia de mercado. Steve Jobs, célebre executivo do mundo digital, evocava frequentemente uma frase atribuída a Henry Ford, pai do modelo de industrialização moderno que dizia: *Se eu tivesse perguntado aos meus clientes o que eles queriam, eles teriam me dito que gostariam de um cavalo mais rápido.*

Para empresas 2.0, no entanto, a importância maior esteve sempre no atendimento às expectativas do público, através da disponibilização de conteúdos e formas de interação com estes. Contudo, não interessaram a estas uma concorrência direta com as mídias tradicionais na produção de cultura e informação. Sua estratégia foi justamente a de absorver estes conteúdos e incluí-los em suas plataformas digitais. A brilhante solução esteve em fazer dessa cooptação algo viável econômica e legalmente. Entre as estratégias para tal objetivo esteve a incorporação das bandeiras do livre acesso a informação, tal qual já pregavam os movimentos *hackers*, *midialivristas*, *comunitaristas* e como faziam cotidianamente os milhões de usuários que se acostumaram a consumir produtos culturais de forma gratuita pela internet.

Partindo da observação do comportamento do público, as novas plataformas passaram a disponibilizar grandes servidores e interfaces simples e gratuitas para que as trocas e compartilhamentos, que se davam até então de maneira dispersa, ganhassem plataformas de

²³ Em 2006, a revista Time colocou a palavra "You", junto de um computador, como capa da tradicional indicação da personalidade do ano.

referência para sua disponibilização e acesso. A legitimação destas práticas, a despeito de barreiras como direitos autorais, esteve justamente na dimensão cotidiana que a livre circulação e manipulação de arquivos ganhou com a popularização da rede.

Para a indústria fonográfica, as plataformas 2.0 foram determinantes. Se por um lado Youtube, Myspace, Last.fm etc., ampliavam irreversivelmente o acesso à música de forma gratuita, elas foram, ao mesmo tempo, propostas de um novo capital disposto a encontrar soluções para gerar valor a partir da circulação livre. Partindo da constatação de que a música passou a ser acessada de forma abundante, pelas plataformas da *web 2.0* foi possível ao menos calcular o alcance e a audiência de cada música individualmente, vender anúncios em canais oficiais, coletar dados dos usuários e negociar formas de remuneração. Com o acesso aos perfis de seus consumidores, foi possível a sofisticação do comércio *on-line* através da oferta de produtos específicos para cada grupo de usuários cujo comportamento de consumo podia ser inferido a partir de suas preferências musicais. Fora isso, a fabricação de uma série de equipamentos para músicos, audiófilos e consumidores de música em geral ganhou um novo impulso com a transição para os meios digitais.

Esses horizontes de lucro estimularam parte da indústria fonográfica a explorar sua relação com as redes digitais a partir de práticas que contrariavam as políticas proibicionistas adotadas como defesa da gestão do modelo industrial. A consagração das plataformas *on-line* como meio de consumo, incentivou a invenção de modelos de aproveitamento do potencial da circulação ponto a ponto. Um dos paradigmas que precisou ser superado foi a lógica do consumo "passivo" próprio da produção em massa e da transmissão via *broadcast*. Os meios pós-massivos sugerem que o usuário não só consuma mas se sinta estimulado a retransmitir o material em suas redes. Com isso, enquanto parte da gerência da indústria fonográfica se dedicou a coibir o compartilhamento ou ao menos a restringi-lo, outra parte passou a desenvolver ações de mobilização e atração dos usuários com maior potencial de reverberação de produtos da mídia. Entre as diversas práticas, algumas deram um sentido mais forte ao caráter de produtor musical dos amadores, outras investiram na possibilidade de agenciar suas redes de contato e fazê-los atuar como reprodutores e mediadores.

Foi assim que, afóra os lançamentos periódicos de álbuns "mais aguardados do ano", ficaram comuns no noticiário do *show business* musical as apostas em novas estratégias de ação no mercado. Entre faixas gratuitas para *download*, celulares personalizados, conteúdo exclusivo para cadastrados em *blogs* e *pen drives* em forma de guitarra que ilustram tentativas de adaptar

o consumo de música ao ambiente digital, chamou a atenção da pesquisa a crescente disponibilização dos canais de áudio de canções separadamente²⁴.

Os toca-discos *Techinics* superaram a venda de guitarras *Stratocaster*, indicando uma nova configuração do imaginário jovem, onde o *Guitar Hero* cedeu espaço ao Dj do *hip hop* e da eletrônica. Soma-se a isso, a diversidade de interfaces de manipulação de som, disponíveis para potentes *desktops* ou celulares simples. *Softwares* de produção musical tornaram comum a idéia de operar 128 pistas de áudio simultaneamente, equalizando cada uma delas de forma separada ou em conjunto. Com a abundância de material sonoro disponível, nunca foi tão fácil reunir em uma única faixa, sons das mais diversas fontes, distantes no tempo e no espaço.

Como aponta Simone Sá, o contexto atual anuncia uma passagem importante da história da reprodução sonora:

Esta noção – comercialmente traduzida como interatividade – pode ser pensada como o novo fetiche da escuta musical, que se sobrepõe ao fetiche anterior da *high fidelity*. Ou seja: se no primeiro momento da história da reprodução sonora, o desafio das máquinas de audição era o de uma certa definição sonora que fosse convincentemente comparável à fonte original; a demanda para nossos artefatos de escuta é o de permitirem todo o tipo de intervenção do usuário no sentido não só de customizar suas escolhas – acondicionando suas músicas favoritas no celular; escolhendo o *ringtone*; mas de produzir o seu próprio acervo sonoro através de bricolagens sonoras que podem combinar de maneira inusitada produções pessoais e sons pré-existentes (SÁ, 2006b, p. 16).

Tais fatos apontam para a convergência da música *pop* massiva à linguagem das redes de computadores. A indústria fonográfica passa a disponibilizar plataformas e conteúdos autorizados à recombinação, buscando recuperar algum controle sobre práticas de *remix* já amplamente difundidas no ciberespaço. As novas estratégias do mercado indicam a urgência de uma nova posição da indústria no ambiente do ciberespaço.

²⁴ Um acervo que em sua imensa maioria nunca saiu das gravadoras e não é possível de ser encontrado na internet. Com eles o trabalho de equalização e mixagem torna-se mais simples e com maior possibilidades. É possível separar os canais manualmente, com equalizadores, mas sem o mesmo resultado final.



Aplicativo para Iphone simula duas pick up's e um mixer. Qualquer mp3 pode ser mixado através dele.

Vivemos em uma cultura *remix*. Esta é a afirmação de diversos autores. Para o escritor de ficção científica William Gibson, "*Today's audience isn't listening at all - it's participating. Indeed, audience is as antique a term as record, the one archaically passive, the other archaically physical. The record, not the remix, is the anomaly today*"²⁵. Para André Lemos, a linguagem *remix* é o traço distintivo da cultura dos computadores. "O princípio que rege a cibercultura é a "re-mixagem", conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais"(LEMOS, 2005, p. 03).

Os novos modelos testam as possibilidades de cooperação e de interação, descobrindo e moldando o comportamento de seus públicos. A oferta de interatividade emerge assim como uma estratégia de mercado, desenvolvida a partir de um fenômeno de maior dimensão que é a cultura da participação e do *remix*, fortemente potencializada pela comunicação todos-todos das mídias pós-massivas.

²⁵ Trecho de entrevista à revista WIRED. http://www.wired.com/wired/archive/13.07/gibson_pr.html

Tais práticas dizem respeito, em última instância, à compreensão e articulação com a própria gramática das redes digitais. Em 2004, simultaneamente ao surgimento de diversas plataformas 2.0, uma iniciativa da fundação *Creative Commons*, em parceria com a revista *Wired*, convidou David Byrne, Beastie Boys, Gilberto Gil e outros para participar de um projeto que explorava justamente o *remix* e o compartilhamento. Cada artista disponibilizou os canais de áudio de uma de suas músicas para que pudessem ser *remixados* pelo público. O projeto foi uma alusão à idéia dos *softwares open-source*, que podem ser modificados pelos usuários.

Neste caso, foram músicas *open-source*, cujo *remix* é facilitado e incentivado. De lá pra cá, diversas bandas com reconhecimento internacional como Radiohead, R.E.M., os franceses do *Phonenix* e o *Nine Inch Nails* (NIN) lançaram "músicas abertas" ao público. Os últimos foram além e disponibilizaram o código fonte, no caso, o arquivo com o projeto de *mixagem* original, que pode ser aberto em *softwares* populares como *Garage Band Band*²⁶. Com isso, foram inauguradas várias comunidades de troca de *remix* apenas do material de Trent Raznor (único integrante oficial do NIN).



Garage Band: multipistas simulam permitem a mixagem de centenas de faixa ao mesmo tempo

²⁶ *Garage Band* - programa de edição de áudio pré-instalado nos computadores Machintosh.

As plataformas 2.0 foram as primeiras iniciativas comerciais de grande alcance a incorporar a potência de criação e mobilização das redes e das transmissões ponto a ponto, mediando ao mesmo tempo a relação destes novos meios e públicos com as indústrias culturais tradicionais. Apresentaremos duas experiências de música participativa nos capítulos seguintes para tratarmos das questões que se colocam a partir de suas diferentes concepções de participação e mobilização de usuários. Após a contextualização a que o primeiro capítulo se propôs, as passagens que ilustraram a constituição de uma linguagem musical que abarca múltiplas expressões serão colocadas em relação aos objetos.

Nos próximos capítulos faremos então uma análise detalhada da comunidade ccMixter e do “Radiohead Remix”, lançando um olhar sobre o contexto de abertura da música ao *remix* e de interação das indústrias com os produtores amadores e os públicos ativos. Como sugere o título da pesquisa, entende-se que essas plataformas representam uma mistura, que torna maleável os rígidos suportes e estruturas da produção tradicional e da mesma forma molda experiências dispersas pelo ciberespaço, tornando ambas líquidas, capazes de se misturar.

2

música como água por uma ética do patrimônio comum

Pode ser que essa tomada de consciência da efemeridade de toda criação (inclusive a criação de designs imateriais) contribua para que futuramente se crie de maneira mais responsável, o que resultaria numa cultura em que os objetos de uso significariam cada vez menos obstáculos e cada vez mais veículos de comunicação entre os homens.

Uma cultura, em suma, com um pouco mais de liberdade

Villém Flusser

O primeiro capítulo foi dedicado a descrever a passagem da indústria fonográfica ao contexto da produção em rede, que também pode ser chamada de pós-indústria ou indústria pós-massiva. Algumas das diferenças a demarcar foram a emergência de novos participantes no processo e a relativização, por parte destes atores, das fronteiras entre o produtor e o consumidor e conseqüentemente entre o amador e o profissional. O contraste entre os cenários pode ser resumido, de maneira esquemática e simplificada, da seguinte forma. Na indústria tradicional, a produção estava circunscrita a alguns centros (*majors*). Os meios massivos faziam a mediação entre a indústria e o mercado consumidor e o acesso à música se dava pelo rádio, TV e pelas lojas de discos. O acervo que estivesse fora da circulação por esse meios (ex: fora de catálogo) era de difícil acesso e geralmente restrito ao comércio de segunda mão. Em paralelo aos produtos de alcance massivo, a indústria passou a dar conta dos mercados segmentados através dos selos (especializados em gêneros específicos) e da divulgação também por mídias especializadas. Fora da indústria existiam os circuitos independentes, que em sua maioria "espelhavam" a produção das fábricas pela adoção de procedimentos semelhantes (como o lançamento de festivais, discos e fanzines em cenas locais) e que em algum momento poderiam despertar o interesse da indústria. Manifestações exteriores a esses circuitos, como a música caseira, diziam respeito a outros mercados, não interessando à indústria de gravação - apesar de movimentarem as fábricas de instrumentos e de publicações editoriais especializadas.

Já na produção em rede, todo o acervo musical tornou-se disponível e independente dos meios controlados pela indústria tradicional. A música passa então a existir em abundância. Seu valor como produto material, comercializado em suportes físicos e regido pela escassez, tem uma queda expressiva, colocando em colapso o regime que sustenta. Fora dos centros, das mídias massivas, das lojas, uma série de novos mediadores traz outras configurações ao mercado. Práticas que ficavam à margem passam a ocupar as mesmas plataformas e a produção dos centros em direção às massas passa a conviver com a participação coletiva.

Com a impossibilidade de disciplinar a cadeia produtiva por completo, empresas investem na pesquisa de fórmulas em que a criação coletiva, em suas várias dimensões, possa ser explorada pela captura e modulação de suas práticas. As tecnologias mediam os cotidianos, a música caseira, as trocas interpessoais e os circuitos alternativos. Plataformas 2.0 (Blogs, Facebook, Youtube) fornecem ferramentas de transmissão de texto, vídeo e áudio, sem no

entanto, se dedicarem a produção dos conteúdos, incorporando a produção coletiva em suas interfaces. DJs, blogueiros, estúdios caseiros e mesmo celulares servem como pontos de produção, distribuição e consumo de música.

Com a gratuidade da música e a conseqüente perda de seu valor pelas relações de compra e venda, são suas qualidades abstratas, de produção de moda, de comunidades de gosto, etc. e que são regidas pelos usos, pela exposição e circulação, que ganham maior ênfase como fontes de valor. Com isso, novos mundos são inventados por empresas que lidam com o imaginário, o abstrato, o imaterial mais que com a produção fabril.

No universo da música, o imaginário em torno da figura do DJ ganha especial impulso. Diferente do músico especialista, o DJ se adapta às novas configurações por ser tanto um consumidor de tecnologias quanto um mediador do consumo musical, além de representar um modo de vida onde a diversidade sonora e a constante pesquisa de música são características fundamentais. O DJ é visto ao mesmo tempo como um consumidor de equipamentos, *softwares*, instrumentos, roupas e outros produtos da indústria, e também um criador original, produtor de músicas, de *remixes* e também de afetos, tendências e modas.

A capacidade desses agentes de filtrar a velocidade das novidades, de compartilhar, trocar e mobilizar redes sociais a partir de festas, clubes ou plataformas virtuais induzem estratégias de circulação em rede em que são colocados em movimento. Descentralizando ora a criação ou a circulação e convidando à participação, torna-se possível penetrar em nichos, grupos, comunidades, mobilizando membros ascendentes nesses ambientes. Ao contrário do modelo estável anterior, as novas fórmulas de exploração não têm a pretensão de serem definitivas, mas de capturar os fluxos, se valendo muitas vezes de campanhas temporárias, como concursos criativos que capturam a produção desses novos mediadores. Trabalho e lazer se confundem e o que ficava à margem e muitas vezes em oposição à indústria passa a ser fundamental à pós-indústria. Para Henri Jenkins, autor fundamental para a disseminação do termo cultura participativa,

Em vez de estar substituindo as velhas mídias, o que eu chamo de cultura da convergência está sendo moldada pelo crescente contato entre as instituições de mídia consagradas e as emergentes, pela expansão do número de agentes produzindo e circulando mídia e o fluxo de conteúdo pelas múltiplas plataformas e redes (JENKINS, 2006, p. 55).

A concepção de Jenkins reafirma que o modelo de análise em que a indústria cultural é tomada como responsável pela produção e o público é visto apenas como consumidor não

pode mais ser utilizado de maneira tão rígida. A convergência, para ele, diria menos a respeito das configurações tecnológicas (de aparelhos que reúnem várias funções em uma) e mais a respeito do comportamento do público em posse desses aparelhos. No entanto, se, como argumenta o autor, a relativização da fronteira entre amador e profissional, produtor e consumidor, orienta a gestão contemporânea de indústrias de mídia, por outro lado, traz consequências para o reconhecimento da força produtiva desses mediadores. Surge então o problema de avaliar a importância desses atores na produção de valor para a música e a forma como suas atividades são agenciadas.

Enquanto as perspectivas integradas²⁷, as quais Jenkins se aproxima, procuram vislumbrar a interdependência entre públicos e indústrias, que terminaria por legitimar uma produção massiva que surge de negociações concretas com os públicos e não da simples imposição de representações, uma outra literatura renova a crítica marxista²⁸ e traz o lado oposto, que é a exploração desses novos mediadores, sem que suas ações sejam consideradas trabalho, apesar de serem fontes efetivas de valor.

Tais reflexões sobre trabalhadores criativos e produtores imateriais em geral não se dão a partir das categorias do marxismo clássico, do trabalho industrial ou da representação sindical, já que estas não dão conta da diversidade e fluidez das atividades destes grupos. Como deixam claro os críticos, as consagradas formas de oposição (greves e ocupações em geral) nem sempre funcionam para este cenário, assim como negociações em termos de horas trabalhadas, benefícios e salários. Da mesma forma, as atividades dos múltiplos agentes não podem ser entendidas de forma homogênea, devido à diversidade de atuações e contribuições destes produtores.

O DJ é um personagem claro dessa reconfiguração que pode dizer respeito também aos fotógrafos, *designers*, video-artistas, blogueiros e etc. envolvidos com a indústria criativa. Todos estes podem ser entendidos simultaneamente como consumidores de produtos da mídia, mediadores de formas de consumo e produtores originais, seja de novas criações,

²⁷ Definição que se tornou clássica nos estudos de comunicação a partir do livro "Apocalípticos e Integrados" (ECO, 1979), do italiano Humberto Eco. Os primeiros seriam os pessimistas, já os integrados seriam os que se deixam levar pela onda de otimismo a cada novo dispositivo tecnológico.

²⁸ Diversos autores chegam a tais problemas, aqui tomamos a licença de reuni-los sob o guarda-chuva teórico de analistas do capitalismo imaterial, que inclui desde autores que definem a pós-modernidade, como Jameson e Harvey, passando pelo estudo das transformações das técnicas de gestão da empresa capitalista dox franceses Chiapello e Boltanski e principalmente a escola do novo operário italiano de Antonio Negri, Michael Hardt e Maurizio Lazzarato. Por não se tratar de uma dissertação que se propõe a extensa revisão bibliográfica, mas a análise de fenômenos e objetos, a teoria e a crítica que atravessa o trabalho de todos estes autores não será extensamente discutida. Apesar de ter sido fundamental para esta reflexão.

remixes ou outras formas de apropriação e repercussão do material midiático. Porém, a originalidade e a geração de valor de suas atividades tendem a ser apagadas pelas dinâmicas que envolvem, por exemplo, as plataformas 2.0. Estas dependem essencialmente da mobilização destes novos agentes tanto quanto do não reconhecimento formal de suas atividades, garantindo seus lucros a partir deste paradoxo.

Dado o cenário geral, o capítulo avança no entendimento das novas configurações a partir da análise de duas redes de produção musical. Em ambas, os participantes são atraídos pela possibilidade de *remixar* músicas e compartilhar os resultados. A primeira, Radiohead Remix, tem um caráter temporário, e aponta menos para um modelo produtivo que para uma estratégia de *marketing* a partir de uma experiência de entretenimento. A partir dela, traremos pistas sobre a forma como ações empresariais mobilizam a força criativa da internet a seu favor, se valendo de uma noção de cultura participativa onde estão claramente demarcados o papel dos centros (no caso a banda Radiohead) e do público participante (DJ's caseiros). Já o ccMixter se apresenta como uma cooperativa de músicos e DJs e funciona também como um laboratório, um ambiente em que não há registros da indústria tradicional. A partir dessa comunidade, testa-se a possibilidade de uma produção colaborativa horizontal, feita apenas por produtores independentes e sem diálogo com a indústria de massa.

Os dados coletados da análise e comparação do comportamento das duas redes servirão de argumento para avançarmos na discussão de possíveis modelos para a produção musical. Pate-se do pressuposto que a indústria tradicional por si só já não atende às demandas atuais. Escutamos à música massiva, mas também à caseira, à música dos clubes, das plataformas virtuais e as versões híbridas, em que o repertório musical é misturado, remontado, resultando em atualizações de antigas composições. Além disso, com a descentralização da produção e o aumento da diversidade de músicas em circulação pela lógica do ponto-a-ponto, estaríamos desafiados a repensar o papel da indústria fonográfica massiva e buscar categorias para os novos agentes mediadores.

Sem a pretensão de responder por completo a esses desafios, as questões levantadas serão colocadas em relação ao debate em torno das leis de direitos autorais. Como sabemos, as leis atuais foram pensadas para garantir a legalidade das cadeias produtivas segundo o regime fordista e não são capazes de compreender o cenário atual. Em contrapartida, lançaremos questões a respeito de iniciativas que trabalham em espaços intermediários entre a noção de *copyright* (direitos de cópia) e *copyleft* (liberdade total de reprodução e readaptação), em que a

linguagem *remix* se torna tanto uma força de mobilização quanto de reorganização das forças criativas.

A partir do “Radiohead Remix”, apresentaremos o modelo *Open Source* de gestão. Já como consequência da análise do ccMixter, traremos a perspectiva da fundação *Creative Commons* (CC), que tem ganhado bastante espaço no debate com sua proposta de flexibilização de direitos autorais. Após a análise da comunidade, teremos elementos para avaliar a validade de suas propostas e entender os motivos que levaram a CC a ter tanta importância na discussão em torno da atualização da lei de direitos autorais.

Por fim, lançaremos algumas luzes sobre um possível modelo de produção em rede que toma como premissa que, no contexto de abundância e diversidade, o interesse dos artistas não está no impedimento da circulação de suas músicas, como quer o *copyright*, mas no sentido inverso. Dessa forma, ao regime garantido pelas leis atuais, que beneficia as velhas instituições de arrecadação e a concentração nos grandes *hitmakers*, poderiam ser contrapostas fórmulas de distribuição em que a atividade de múltiplos agentes seja reconhecida.

A discussão principal, por essa perspectiva, não seria somente entre o modelo industrial e o das redes, mas entre modelos possíveis para as redes. Entende-se, dessa forma, que o debate em torno das leis de direito autoral não deveria estar direcionado somente para a garantia dos velhos modelos de negócio, como acontece atualmente no Brasil, mas na possibilidade de teste e experimentação de novos formatos. Sendo assim, apresentaremos os dois objetos para que seja possível ilustrar o modo como novos modelos para a música já estão sendo testados. Percebe-se que a repercussão dessas iniciativas ainda é restrita há alguns grupos. Suas propostas, no entanto, têm grande validade, seja por seus sucessos ou falhas, por fornecerem elementos para discutir a maneira como as transformações da música no ambiente digital podem ser vistas por seu potencial produtivo.



Home Studios

Radiohead Remix

A banda Radiohead tem conseguido, há mais de uma década, administrar sua notoriedade global com a legitimidade de um grupo alternativo. Conciliando turnês mundiais, mega-concertos, engajamento político e qualidade musical indiscutível, ela não recusaria o paradoxal rótulo de "maior banda *underground* do mundo". Entre as iniciativas que contribuem com essa imagem estão suas estratégias de circulação, pensadas a partir do comportamento do público da *internet*. Em outubro de 2007, quando o *download* gratuito de mp3 já era uma prática corrente dos usuários da internet, a banda conseguiu grande visibilidade ao fazer disso uma postura oficial. O álbum "In Rainbows" foi disponível nos moldes "pague quanto quiser". Além de um bom número de vendas, a adaptação da rudimentar idéia de rodar o chapéu rendeu uma imensa publicidade espontânea.

Seis meses após o lançamento, o mesmo "In Rainbows" experimentou um novo *hype* com a plataforma "radioheadremix.com". Pela loja *on-line* "iTunes Store", a banda ofertou os canais de áudio das cordas, percussões, vocais e efeitos da faixa "Nude". Os canais, chamados de *stems*, poderiam ser abertos em qualquer programa de edição de áudio e os compradores ganharam o direito de participar de um concurso de *remixes* a partir da plataforma. Cada DJ também recebeu um *widget*²⁹ que disponibilizava a música em suas páginas do Facebook, Myspace, etc. e permitia a votação a partir desses espaços. As licenças *copyright* de todas as versões foram cedidas exclusivamente à "Warner Music Group".

Ao incentivar as versões, o projeto conseguiu atrair de DJs profissionais a entusiastas, mobilizando atores importantes da circulação musical no ciberespaço. A visibilidade do concurso repercutiu em diversas listas, fóruns e resenhas paralelas à da plataforma. Jornalistas, blogueiros e outros formadores de opinião curiosos pelas inovações *on-line* se dedicaram a escutar as versões e publicar suas favoritas em *sites* e revistas. Fora essa recompensa, o prêmio do concurso foi anunciado como a garantia de que a banda escutaria os *remixes* mais votados.

²⁹ *Widget* são aplicativos que permitem estender as funcionalidades e conteúdos de uma plataforma no espaço de outras.



Ranking do "Radiohead Remix": quem consegue mais votos aparece na primeira página

Quando encerrado o concurso, que durou um mês a partir da venda na loja "iTunes", divulgou-se o resultado: 2.254 remixes, 2.522.031 visitantes únicos à página e 710.667 escutas a partir do *site*. Em seguida, a banda repetiu a iniciativa com a faixa "Reckoner". No site, o convite à participação na segunda música veio da seguinte forma "*To coincide with asking radio stations to think about playing Reckoner we are breaking up the tune into pieces for you to remix*". No mesmo período, o vocalista Thom Yorke começou um trabalho independente como DJ em que também mixava as faixas de "In Rainbows". O resultado de "Reckoner" foi ainda melhor e sua divulgação mais detalhada. 2.252 remixes, 6.193.776 visitantes únicos à página, 1.745.304 escutas a partir do *site*, 29.090.134 visitas à página, 58.340.512 cliques, 461.090 votos e 10.666 (sic) terabytes de dados trafegados.

O grande público capturado indicou o sucesso de um modelo que apostou na interdependência entre indústria e amador. A centralidade da banda no processo é clara. A partir dela que foi possível mobilizar em uma tarefa comum, uma série de atores, entre fãs de Radiohead, DJ's ávidos por iniciativas a favor de uma música de código aberto, remixável, e

interessados em inovações nas redes de maneira geral. Nesse caso, o entendimento da cultura participativa se aproxima claramente de uma linguagem de entretenimento, mas, diferente do consumo de *videogames* como "Guitar Hero", por exemplo, em que a interação dos fãs com o material sonoro também é explorada, no formato do "Radiohead Remix", além da interatividade há a participação nos processos de circulação. Com isso, foi possível agenciar a produção coletiva e gerar um intenso tráfego de informações.

Paradoxalmente, apesar de apontar para uma forma de consumo aberto, modularizável³⁰, o "Radiohead Remix", consegue administrar uma apropriação relativa, onde cada *remix* continua pertencendo, de maneira geral, ao repertório e a contagem de números da banda. O papel dos DJ's nesse caso foi menos o de criadores que o de mediadores, já que a criação por *remix* foi reduzida à modificação em uma determinada faixa, sem permitir, por exemplo, a mistura com outras músicas conhecidas, como nos *mash ups*.

É interessante notar também que o convite ao *remix* da segunda música, Reckoner, é mencionado como uma estratégia de penetração no rádio. Aqui então, percebemos uma inversão de papéis. As margens parecem convergir para o centro. As rádios, nesse caso, deixam de ser formadoras de públicos e passam a atender às expectativas já manifestas em rede. Primeiro a música se espalha por redes sociais, *blogs* e outras mídias digitais para, só então, entrar na programação fechada da rádio. O lançamento do álbum, que passava pela cobertura dos jornais, resenhas críticas, turnês e participações em meios massivos, agora é promovido também por sucessões de eventos que capturam a atenção dos públicos em rede e então despertam a atenção da grande mídia. A publicidade espontânea em cima da venda e do concurso chega aos meios de massa em um momento seguinte.

A forma de divulgação dos números da banda também aponta para um novo sistema. O cálculo do sucesso do Radiohead não se apóia mais na venda de álbuns e nas listas de mais tocadas no rádio, mas na atenção capturada e no tráfego de dados gerado nas redes. O modelo consagrado de lançamento de álbuns de grandes estrelas do *rock* dependia da aparição em programas de TV, de boas resenhas em cadernos de cultura dos principais jornais, da publicidade de suas turnês e da repetição maciça nas rádios. Alguns destes espaços eram tão determinantes que a disputa por um convite em um *talk show* relevante ou por espaço na grade

³⁰ No próximo capítulo trataremos as questões mais próximas a estética de formatos abertos à manipulação, que exploram o desfrute dos elementos da música e novas experiências de envolvimento corpóreo nas relações de escuta.

nobre das rádios era envolvida de negociações obscuras, muitas vezes incorrendo em práticas de "jabá", que dificultavam a inserção de artistas alternativos no *mainstream*. O sucesso de uma concorrida aparição em um programa dominical de auditório e das premiações do tipo Grammy e "Disco de Ouro" podia ser medido pelo aumento subsequente na vendagem de discos. Já a fórmula do Radiohead procura uma abordagem para economia da atenção, a partir de cálculos variados da presença e movimentação nas redes.³¹

A idéia de concursos criativos também é uma estratégia notável de mobilização de públicos em rede. O plano de convocar interessados para criar desde vídeos publicitários, *slogans* e até estampas de chinelo é cada vez mais utilizado, seja na moda, na publicidade ou na música. Em quase todos os concursos do tipo, a idéia de vincular-se a uma grande marca e o possível reconhecimento dos centros é que parece atrair os pequenos produtores. No caso do "Radiohead Remix", não há sequer um prêmio que possa explicar tamanha mobilização. Pelo contrário, é necessário comprar os seis canais da música para participar. Para a empresa promotora, no entanto, a possibilidade de mais lucros não se dá apenas pela venda das faixas (no caso do Radiohead) e pela conseqüente exploração de mão de obra gratuita (utilizar um vídeo amador como peça publicitária de fato é mais econômico que produzir um). Cada um desses concursos consegue levantar também um grande acervo de dados e perfis de públicos criativos, que são fundamentais na multiplicação de suas mensagens e ajudam no desenvolvimento de novos produtos. Assim, no "Radiohead Remix" as fronteiras entre amadores e profissionais, produtores e consumidores, parece perder importância para a possibilidade de mobilização do maior número possível de participantes.

A partir dos múltiplos participantes é que a música conseguiu se espalhar pelos pequenos grupos onde cada DJ tem ascendência, conseguindo ao final um número de execuções bem maior que boa parte dos *hits* massivos. A estratégia de visibilidade a partir de pequenas vias é diferente, por exemplo, do álbum seguinte da banda, "The King of Limbs", que ganhou oito versões em vinil de DJs reconhecidos mundialmente³². Para o concurso de

³¹ Alguns modelos de comercialização de música propõem uma futura monetarização desses dados. A responsabilidade incidiria sobre empresas de telefonia que deveriam repassar aos geradores de dados parte do valor cobrado de seus clientes pelo acesso ao tráfego de *bytes*. O modelo, no entanto, não escapa à dificuldade recorrente em determinar, por exemplo, os autores de uma produção que pode envolver uma extensa rede de contribuições.

³² Série de discos compactos "TKOL 12345678". Interessante que o nome do álbum remete a uma senha de acesso, o que reafirma o flerte da banda com a cultura *hacker* e as questões políticas da internet.

remix, o que pareceu ser fundamental foi a multiplicação dos mediadores, mais que o reconhecimento da qualidade de cada criação individualmente.

Radiohead e Open Source

A interminável lista de regras do concurso³³, a relativização das possibilidades criativas, o constrangimento da linguagem *remix* a uma série de padrões pré-estabelecidos e a produção e disponibilização de tantas informações e números permitem traçar um paralelo com a política *Open Source* (OS), cara às indústrias de informática e que tem influenciado também as indústrias culturais. Essas hibridações entre as políticas e estratégias de empresas de informática e de grupos culturais de maneira geral são cada vez mais comuns. Como Steven Johnson colocava em 1999 (JOHNSON, 1999), as interfaces digitais, em algum momento, deveriam ser reconhecidas como arte e como expressões significativas da cultura. Johnson falava a partir de seus estudos das interfaces gráficas, feitas de janelas, setas e operações de cortar e colar. Mas não é difícil perceber as interfaces, as trocas, as contaminações também entre a administração das indústrias criativas e das empresas de informática, que hoje são centrais para a produção e distribuição de artefatos culturais³⁴. Não podemos descartar também uma leve ironia crítica na concepção do "Radiohead Remix", até pela ambiguidade da posição da banda, que representa ao mesmo tempo uma grupo politicamente ativo e parte do *casting* da "Warner Music". Tracemos então um panorama da política *Open Source*.

Segundo o modelo OS, dar aos usuários a liberdade de modificar os produtos diminui os custos de produção e aumenta o *feedback* dos clientes, o que facilita o aprimoramento dos produtos. O modelo, inspirado no sucesso do Linux³⁵, foi apresentado por Eric Raymond em 1998, no panfleto transformado em livro "The Cathedral and the Bazaar" (RAYMOND, 2001). Segundo o autor, Linux foi o primeiro projeto a fazer um esforço consciente e bem-sucedido a utilizar o mundo inteiro como sua reserva de talentos" (IBIDEM). Assim, segundo a metáfora, diferentemente das catedrais, centralizadas, isoladas em si mesmas e construídas

³³ Ver termos e condições em www.radioheadremix.com

³⁴ Como a Apple, que hoje é a maior varejista de venda de música e de aparelhos reprodutores, a distribuidora do principal *software* de produção musical profissional ("Pro Tools") e também amador ("Garage Band").

³⁵ Sistema operacional desenvolvido de forma colaborativa por *hackers* do mundo inteiro. Hoje, o sistema Linux, aberto e livre, é o ponto de oposição ao modelo proprietário e ao *Open Source*. Além do sistema operacional de mesmo nome, o Linux se popularizou a partir do Android, que é usado em celulares e *tablets*.

por exímios especialistas, o modelo Bazar, como um mercado livre, consegue explorar a idéia da fábrica aberta, que funciona a partir da inclusão do máximo de interessados em contribuir. Para Raymond, "a melhor coisa depois de ter boas idéias é reconhecer boas idéias dos seus usuários. Às vezes a última é melhor" (ibidem).

No entanto, apesar de inspirados no Linux, os modelos *Open Source*³⁶ trazem uma dinâmica diferente. Para estes, o participante é entendido como um "consumidor ativo", convidado a contribuir com a criação e o desenvolvimento de produtos. Porém, no OS, cabe somente à empresa coordenar as inovações, dando acesso apenas à parte conveniente da criação. Pelo *Open Source*, a empresa mantém-se no direito de autorizar inovações, propor os problemas e escolher dentre as soluções as que lhe convém. Com isso, a empresa controla a potência de inovação de grandes grupos sem perder o controle sobre sua tecnologia. A lógica do OS, como esclarece a crítica de Maurizio Lazzarato (LAZZARATTO, 2006), subtrai a potência da criação coletiva. Já o Linux, cujas redes são organizadas a partir do modelo de "Software Livre, é criado pela cooperação entre todos, característica da produção colaborativa, horizontal, e independente dos centros.

A potência de cooperação do *software* livre tem menos a ver com a natureza cognitiva da atividade dos "colaboradores" do que com a capacidade de abrir o espaço-tempo da invenção, ou, melhor dizendo, a proposição dos problemas e a criação de respostas se dá a despeito das lógicas da empresa ou do Estado, ao implicarem uma multiplicidade de sujeitos. A invenção de novas regras de direito (*coyleft*), necessárias ao desenvolvimento da potência de cooperação, é sobretudo pensada como um instrumento de defesa da criação de possíveis e de sua efetuação, contra qualquer vontade de apropriação unilateral. (LAZZARATTO, 2006, p.125).

Como fica claro no "Radiohead Remix", a participação no projeto não garante uma produção ativa e os colaboradores devem submeter sua criação às regras determinadas. Além disso, apesar da relação de participação dos envolvidos com os centros, os participantes não dialogam entre si, formando redes em que os nós não se cruzam e os participantes não se conectam. Cada um reproduz em seus ambientes particulares a partir de uma coordenação central. Tal possibilidade de coordenar a criação *remix* é possível também pela relação de propriedade garantida pelo *copyright* e pelo controle da série de eventos que se dá durante o

³⁶ O *Open Source* foi adotado por empresas como Apple, que descentraliza a produção de aplicativos, ampliando a oferta de produtos para as mais diferentes necessidades. Estes produtos, no entanto, devem ser submetidos ao rigor das exigências da Apple e são vendidos exclusivamente através de sua plataforma.

lançamento do álbum, ainda que, findo este período, os canais de áudio permaneçam disponíveis e rendam outros desdobramentos.

Dessa forma, é possível deduzir que, apesar do criador do "Open Source" enfatizar a relação com o Linux, que se dá pelo uso de tecnologias colaborativas semelhantes, o modelo estaria mais próximo do Toyotismo, que surge no Japão pós-guerra como modo de otimizar a resposta das fábricas às necessidades do público. O projetos gerenciais inspirados no OS seguem o mesmo padrão, que é entender a necessidade dos públicos, com a particularidade de usar as tecnologias digitais para dar conta de mercados dinâmicos, como a música e a moda, que se transformam em velocidade maior que a indústria automobilística e cujos criadores e formadores de opinião se encontram também, e muitas vezes preferencialmente, às margens do mercado.

Outros modelos, como a Wikipedia, trazem uma perspectiva para a produção cultural mais próxima dos preceitos do *Free Software* e da livre cooperação entre participantes. O caso da enciclopédia é emblemático por ter sido capaz de construir um grande sistema de dados que custaria muito mais caso feito por uma editora e seus funcionários. Para tanto, foi necessário a contrapartida, que foi tornar comum, de domínio público³⁷, o resultado da produção coletiva.

A partir dessas informações e para contrapor a estratégia de exploração da produção do "Radiohead Remix", apresentaremos então a comunidade ccMixter, cujos fundamentos também se aproximam da perspectiva comunitária, cooperativa, e dissociada dos centros, mas trazidas ao contexto da produção musical e a partir das concepções da fundação *Creative Commons*.

³⁷ No Brasil, os direitos autorais (ou direitos de autor) duram por setenta anos contados de 1° de janeiro do ano subsequente ao falecimento do autor. Além das obras em que o prazo de proteção aos direitos excedeu, pertencem ao domínio público também: as de autores falecidos que não tenham deixado sucessores; as de autor desconhecido, ressalvada a proteção legal aos conhecimentos étnicos e tradicionais. fonte: www.wikipedia.org

ccMixer

Para apresentar o ccMixer é preciso antes comentar a respeito da viabilizadora do projeto: a fundação *Creative Commons*, criada em 2001, e coordenada pelo professor da faculdade de direito da Universidade de Stanford Lawrence Lessig³⁸. A organização californiana atua principalmente na divulgação de suas licenças de direito autoral, que permitem a flexibilização dos *copyrights* atuais. Em breve explicação, pode-se dizer que tais licenças permitem ao autor conceder previamente o direito à reprodução, troca ou readaptação de sua obra, de forma que os direitos do autor não entrem necessariamente em conflito com o compartilhamento, a reutilização e a referência. Para cada uma dessas autorizações há uma licença específica³⁹. No esforço de legitimar seu projeto, a fundação atua globalmente financiando encontros, livros e pesquisas que fomentem o debate em torno da flexibilização dos direitos autorais. Quanto mais adesões à sua causa, maior é a legitimidade e sustentabilidade da CC. No Brasil, a fundação teve importante presença nos oito anos do Ministério da Cultura de Gilberto Gil e hoje enfrenta resistência da administração atual.

O ccMixer é um dos diversos projetos viabilizados pela fundação. Lançado em 2004, em parceria com a revista *Wired* e com apoio de artistas consagrados como Beastie Boys, Bob Dylan, etc., seu propósito inicial foi testar a possibilidade de organizar a produção *remix* segundo suas licenças. Sua idéia foi mediar práticas *remix* já amplamente difundidas, criando um modelo legal intermediário entre o *copyright* e o *copyleft*. O ccMixer serve como um teste para o funcionamento dessas licenças, um *case* de suas possibilidades.

Para que o projeto decolasse, artistas consagrados disponibilizaram os canais de áudio separados de uma de suas músicas. A partir dessa mobilização inicial, os participantes passaram a colaborar com suas próprias composições e a figura dos artistas conhecidos foi deixada de lado para que a cooperação entre pares independentes pudesse se manifestar sem a determinação de centros. A rede se organiza como uma cooperativa de produção. Cada participante tem um perfil em que pode expôr suas contribuições, seus *remixes*, resenhar outros trabalhos e trocar mensagens com seus parceiros virtuais. Cada perfil também lista

³⁸ Autor dos conhecidos livros *The Future of Ideas* (2001) e *REMIX* (2008)

³⁹ Não nos aprofundaremos aqui nos detalhes de cada licença por não ser um trabalho diretamente a respeito das especificidades de cada uma destas. Mais esclarecimentos à respeito estão disponíveis no site da fundação em português www.creativecommons.com.br

todas as participações do usuário e os nós que tenha estabelecido com outros membros (ex: quantas vezes foi "mixado" por outro usuário).

A principal diferença para outras redes de troca é que esta funciona a partir de uma plataforma especialmente desenvolvida, com *software* livre, chamada ccPool. Pelo Pool, é possível que cada contribuição seja rastreada. Assim, quando um DJ utiliza material de outro, este recebe uma mensagem que permite o contato entre os parceiros que trocaram material sonoro, acentuando uma aposta na economia da dádiva, em que a reutilização de um material dá ainda mais crédito aos produtores originais.⁴⁰ O conceito, que segue a lógica das redes, vai de encontro a noção de direitos de cópia (*copyrights*) que coloca cada nova versão ou reutilização como uma possível subtração dos valores devidos ao criador original.

Pela engenhosidade da plataforma, a singularidade da proposta da rede (funcionar a partir de *remixes* entre colaboradores desconhecidos) e a facilidade de acesso aos dados, o ccMixer foi interesse de pesquisas acadêmicas em todo o mundo. A maior parte delas pretende desvendar os motivos que levam colaboradores a engajar voluntariamente em uma rede de produção. Como bem coloca um dos precursores dessa escola⁴¹ de análise das redes digitais, Peter Kollock, "Yet the Wonder of the Internet is not that there is so much noise, but that there is any significant cooperation at all" (KOLLOCK, 1999, p.220).

⁴⁰ Cada reutilização de um material fica registrada e a plataforma verifica se o arquivo está realmente de acordo com as licenças da *Creative Commons*. Todos os dados gerados pelo sistema são disponibilizados para a comunidade - como é fundamental para qualquer projeto que queira se associar à movimentos de liberdade da internet.

⁴¹ Essas abordagem tem relação com uma tradição de estudos da cibercultura que começa com o livro "The Virtual Community", de HOWARD Rheingold, que narra a experiência da "THE WELL" e se estende por trabalhos como os de Peter Kollock e Marc Smith, "Communities in Ciberspace". Entre as teorias que permeiam suas páginas estão a economia da dádiva e o conceito de capital social do sociólogo Pierre Bourdieu.

ccMixer – Editors' Picks

http://ccmixter.org/view/media/remix

GROOVE GRA...The Crates Sapo que te... – Terra TV dois e meio ARS Elect . Polis + Arte Ctunnel

Catálogo Athena – Busca Simples atlético-mg | globoesporte.com ccMixer – Editors' Picks

Fat Cats
More picks...

Podcasts
MMTMMP 13 Free Musi...
Steeped - the Podca...
MMTMMP 12 Flying Ti...
MMTMMP 11 Duck Duck...
MMTMMP 10 April Sho...

Media
Play this page
Stream this
Badgest this
Begenload this page

Recent Reviewers
destinazione_...
Numeron
TheDICE
Kara Square
BOCrew
snowflake
colorthery
More reviews...

Syndication
Editors' Picks
Editors' Picks

Artists' Spotlight
DoKashiteru
Brad Sucks
Robert Nunnally
Shannon Hurley
Frank Carter III
Calendar Girl
Trifonic

Support ccMixer
Tunetack

Peeterson & Trifonic - Sooner Or Later (Peeterson Post Rock Vision)

by: peeterson



Peeterson colors a relentless post-punk bass drive with the passionate vocal of Amelia June (via Trifonic) and a solid groove until the voice breaks down into delicate glitch only to reemerge amid a broad wash of sound, pulse and feeling.

SackJo22

Play

Fat Cats

by: Watzmann



Fat Cats is a rock anthem of 2012. Watzmann's production features spinningmerkaba's provoking vocals with driving guitar and emphatic horns. This track stirs the soul with its message. A must listen!

snowflake

Play

Southern Comfort

by: Scomber



Featuring Admiral Bob on vocals Scomber produces a beautiful piece of Southern Comfort. A great retro sound to soothe the ears.

unreal_dm

Play

Red Light

by: Nethis



The 80s called...They said they're missing a smash hit!

Jeris

Play

all for freaks (All For Free Remix)

by: destinazione_altrove



If you like the raw oldscool prodigy sound you'll dig this!!! Heavy beats and catchy synths will make this an dancefloor hit.

And remember: If you want this track you can have it for free
You can download the sound as an mp3

Abstract Audio

Play

CCMixer (We are not evil)

by: Abstract Audio



A bombastic combination of drum, bass and a handful of carefully selected heavily distorted vocals. Abstract Audio takes classic DnB elements adds some industrials noise and flavors the whole recipe with a delicate message: We are not evil.

musikpirat

Play

I'm Falling

by: texasradiofish



The producer of this gem said it best...

"Detroit R&B and southern California soul...Three smooove guitar players and one very smooove sanger"

Jeris

Play

Free Music!

by: Steven M Bryant



Catch this rockin' blues protest song with biting lyrics from Stevie B that uses Unreal DM's fantastic backing track. Stevie's lyrics express solidarity with Musikpirate as he fights GEMA's ridiculous anti-CC monetary demands. A wonderful addition to the Free Music & Free Beer Remix Project, give it a listen and band together against the greed!

Kara Square

Play

Free Music and Free Beer?

by: unreal_dm



Grab a cold one, lace up those shoes, and get ready to boogie down to some wailing blues! Unreal DM's remix of Admiral Bob's bluesy theme song for the "Free Music & Free Beer Remix Project" jumps out of the speakers with unhinged excitement! SackJo22's backup vocals harmonize with Admiral Bob's strong, husky voice with precision. Unreal DM's killer drums make this POP! And those guitar solos... WHOA! Admiral and Unreal just shred it! And guess what? This incredible collaboration is licensed with the ultimate sharing power, folks. It's all CC-BY!

Kara Square

Play

Heart on the Floor

by: Loveshadow



Loveshadow masterfully extracts the emotional essence of Snowflake's Falling vocal, enhancing it in a production that is both restrained and utterly passionate.

SackJo22

Play

Scent of You

by: copperhead



This one is loaded with all kinds of talent from CC Mixer; tasty guitar licks from Haskel, a nice swinging kit, dirty Hammond swells, smooth bass and ivory provide a perfect track produced and engineered by Copperhead. Featuring

Play

Seed

by: Zep Hurme



This is the song to listen to while you're getting ready to go out for the evening — pulsing, driving, melodic and totally cool! Zep Hurme takes Snowflake's heartfelt vocal and sets it in a well packaged power pop-rock track with just the right

Play

Página do ccMixer: [links](#) para as músicas e para o perfil dos criadores

Parte dessas pesquisas se vale de metodologias caras à etnografia e procuram responder às perguntas a partir de questionários que traçam o perfil dos participantes. Com isso, desvendam o tempo médio que cada usuário dedica à atividade, o envolvimento geral destes com a música e como encaram a atividade: profissão ou *hobby*.⁴² Aqui, nos valem de dados do grupo de pesquisa da Universidade Nacional de Singapura, Participatory Media Lab (PAM), comandado pelo professor assistente do departamento de Novas Mídias Georgius Cheliotis. O grupo se filia aos estudos de redes sociais SNA (Social Network Analysis) e utiliza gráficos gerados por computador para interpretar o comportamento e as relações entre os membros de um dado contexto.⁴³ A partir de um gráfico⁴⁴ gerado pelo PAM, lançaremos questões que produzam um diálogo entre os problemas de sociabilidade e participação que interessaram a tais pesquisas e os fundamentos desta, que dizem respeito a suas relações com a linguagem e o regime de produção da música no ambiente digital. Com isso, exploramos intersecções em que a tradição dos estudos da música e comunicação trazem novas luzes à interpretação de comportamentos representados no gráfico. Por fim, o objetivo é trazer mais elementos para responder às perguntas sobre a efetividade de um modelo em que a linguagem de apropriação e *remix* prescindia dos centros de produção e avaliar a importância deste modelo de direito autoral flexível.

Imagens como essa são utilizadas também por empresas que monitoram atividades de grupos de usuários em suas redes. Aqui, os pontos vermelhos representam autores e as linhas são as conexões estabelecidas entre eles. O tamanho dos pontos vermelhos é relativo ao número de contribuições que cada um compartilha. Os dados correspondem às participações ao longo do ano de 2007. Durante o período, foram gerados pela plataforma 7.484 arquivos de música, sendo 53% resultado de *remixes*, ainda que 60% das contribuições não tenham sido

⁴² Segundo pesquisa de Cheliotis, os participantes do ccMixer são predominantemente homens, de meia idade, com outra profissão que dedicam em média 2 horas diárias à atividade. A maior parte é de produtores interessados em produzir, divulgar seu material e encontrar matéria prima para vídeos, filmes ou para suas composições mais do que na interação social e formação de parcerias (elas se formam como consequência) (olhar na pesquisa)

⁴³ Essas ferramentas também são muito utilizadas em pesquisas de biologia de perspectiva relacional. Estas, assim como propôs Gregory Bateson, buscam mapear o conjunto de relações entre seres de um ambiente e identificar os padrões mais evidentes. No ciberespaço existe a vantagem dessas relações serem passíveis de computação quase imediata.

⁴⁴ O gráfico foi gerado com a ferramenta Netdrawn.

reutilizadas. Um número expressivo, que sugere uma comunidade bastante ativa, sem levarmos em conta, por enquanto, a qualidade do material⁴⁵.

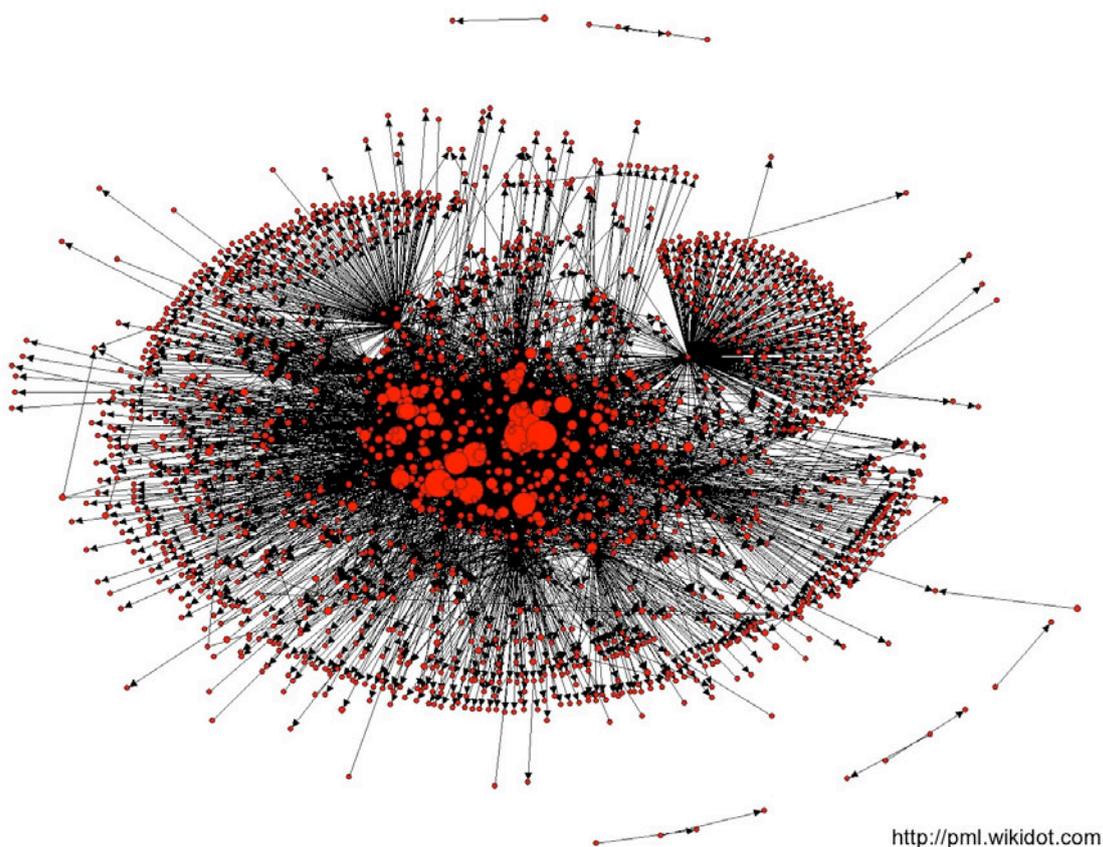


Gráfico de comportamento dos participantes: os pontos são os participantes e as linhas seus laços

Observando o gráfico, percebe-se uma atividade bastante integrada entre os membros, sem a formação de grupos isolados. Isto pode ser explicado pela arquitetura da plataforma, que não apresenta divisões por gêneros. De toda forma, é bastante interessante que a comunidade não apresente tendências a formar pequenos coletivos e sim um ambiente de trocas entre a maior parte dos pares. Quando pensamos em música, é de se esperar que, reunindo um certo

⁴⁵ Dados disponíveis no site ccMixer.

número de autores, alguns demonstrem mais afinidade devido a gostos e repertórios semelhantes. Aqui, no entanto, a atividade dos participantes parece ser direcionada, predominantemente, à comunicação com a maior parte da comunidade.

Na parte superior do gráfico, à esquerda e à direita, há um desenho um pouco diferente. Em cada um deles existe um pequeno ponto formando uma rede de contribuições ao seu redor. O interessante dessa imagem é que, por ela, alguns pequenos pontos, apesar de pouco contribuírem, conseguiram a atenção de um bom número de pessoas. Segundo a pesquisa do "PAM Media Lab", eles se referem a concursos realizados pela plataforma com o intuito de atrair novos membros. Como fica claro na imagem, os concursos recebem bastante adesão, mas os participantes não parecem ampliar suas relações com o resto da comunidade, assim, são representados por uma série de pequenos pontos sem outras conexões fora os centros. Em um relatório de suas atividades, Victor Stone, moderador da comunidade, convidado pela *Creative Commons* por ser um reconhecido programador e também músico de estúdio profissional, explica que encerrou esses concursos pelo seguinte motivo.

If all we are doing is picking up a bunch of one-time-only mediocre remixers then what the heck were we doing with a promotional marketing device that was simply pissing off our most valued users? (STONE, 2007, p. 23).

A observação de Stone parece indicar que em um grupo cujos criadores estão engajados na produção cooperativa, as intervenções artificiais para destacar algumas músicas podem ter o efeito de irritar os produtores mais engajados, que apostam na ética da horizontalidade e igualdade de condições para a produção. Dessa forma, a adesão rápida de integrantes descomprometidos com a rede, própria destes concursos, não tem o mesmo sucesso que obteve como ação de *marketing* no "Radiohead Remix". Isso sugere que as comunidades dependem da confiança entre os membros e da atividade constante ao longo do tempo para que a relevância de um participante seja reconhecida. Valores opostos ao modelo apresentado anteriormente.

Outra topografia evidente no gráfico é que os centros têm uma densidade muito maior que as margens e no meio estão também os membros mais ativos. Estes acabam sendo fundamentais para a rede e não são apenas os que mais contribuem, mas também os que mais geram produções derivadas. A centralidade do papel de alguns membros mais reconhecidos não chega a ser surpreendente. Na maior parte dos grupos, sejam partidos políticos, times de futebol ou bandas, existem sempre os que assumem um papel de liderança, tendo assim mais

responsabilidades e conseguindo acumular um maior capital social. No ccMixer não é diferente. Tal visibilidade é conquistada por terem mais habilidade como DJ's ou por dedicarem mais tempo à rede, por terem o reconhecimento dos pares, por formarem boas parcerias produtivas ou simplesmente por serem competentes divulgadores de sua imagem pessoal. Nesse ponto, apesar do viés cooperativo e da ênfase na comunicação horizontal, o ambiente da comunidade se aproxima das atividades do universo musical de maneira geral, seja da cena independente ou do *show business*. Em todos estes, o papel de destaque de algumas figuras é preponderante, diferenciando-se nas maneiras de negociar o capital simbólico perante o grupo.

Chama a atenção, no entanto, o fato das figuras centrais do gráfico do ccMixer serem as mais "*remixadas*". Além disso, segundo a pesquisa, são os materiais originais que ganham o maior número de *remixes*. Soma-se a isso, o dado que aponta que dificilmente uma obra já *remixada* ganha uma terceira ou quarta derivação. No gráfico isto é facilmente percebido pela escassez de conexões nas margens. Esses pontos nas bordas representam geralmente autores que se valeram de materiais circulantes nas partes mais densas, sem ganhar muita atenção destes. Ou seja, a maior parte dos *remixes* se dá em relação a uma criação original. Mais que isso, as criações originais mais conhecidas pelo grupo estão mais aptas a receber novas versões.

Chegamos então em um dado fundamental para a nossa pesquisa. O comportamento no ambiente "artificial" da comunidade, como colocamos, pode ser tomado como um laboratório em que o fator indústria fonográfica foi, hipoteticamente, isolado. Ainda assim, as relações parecem indicar uma reprodução de tendências de comportamento que são bem claras no universo da música *pop*.⁴⁶ A mais importante aqui é a observação de que os *remixes* precisariam partir de um repertório comum. É esse acervo compartilhado de memórias que dá significado às reapropriações circulantes no coletivo. Mesmo em um ambiente comunitário, em que se prega a abertura a novas possibilidades, é preciso partir de algum lugar. Como é possível deduzir, a composição por referência, seja no cinema, na moda ou em um trabalho acadêmico, precisa do elemento fundamental da citação. E essa citação só faz sentido a partir de contribuições originais e principalmente que sejam reconhecidas pelo grupo. É o repertório comum que garante a comunicação. Sem ele, as montagens e *remixes* dizem respeito apenas

⁴⁶ A única manifestação contrária a essa tendência parece ser a inexistência de comunidades de gosto internas à rede. Isso pode sugerir que os participantes, sendo DJs e produtores ligados a um projeto cooperativo, estejam mais aptos a lidar com as diferenças, mais abertos a repertórios variados. Isso no entanto, não os impede de privilegiar a existência de alguns centros. (essa discussão será estendida no capítulo III)

aos envolvidos no processo, caracterizando uma expressão com pouca força comunicativa para públicos maiores.

Linguagem da comunicação *remix* e o repertório comum

Como fica claro no ccMixer, a formação dos centros não depende mais exclusivamente da produção dos meios massivos. Pela própria interação entre os pares, alguns pontos mais notáveis são capazes de se manifestar. Podemos comparar também com o "Radiohead Remix", onde a atenção gerada foi independente de uma campanha por meios de massa. Pelo que sugere a experiência, as organizações em rede são capazes de experimentar comunicações de grande alcance sem o auxílio de centros de comunicação.

Como colocou Tom Yorke, a ação nas redes é que determinou a entrada da música na rádio e não o contrário. Apesar de não podermos desconsiderar a histórica articulação do Radiohead com os meios massivos, o ponto principal é que, mesmo de forma horizontal e cooperativa, é possível criar elementos comuns a grandes grupos, o que é fundamental para uma comunicação realmente discursiva e que não se resume a uma série de pequenos diálogos entre o restrito grupo dos participantes mais engajados. Isso fica ainda mais evidente quando consideramos os virais, cuja metáfora da contaminação por contato interpessoal compreende bem a velocidade com que as transmissões ponto a ponto podem envolver um grande público.

Se as criações originais e o repertório comum é que tornam possível a criação *remix*, não é possível desconsiderar todo o acervo construído pela indústria. Fora de comunidades específicas como o ccMixer, o *remix* é uma linguagem fortemente apoiada na apropriação do repertório construído ao longo da história das indústrias de comunicação. É esse arquivo comum que permite a atividade comunicativa entre grupos alternativos, ou a margem, sem que suas contribuições fiquem restritas a seus próprios territórios e comunidades. O *hit* massivo, como percebemos nos *mash ups* e *remixes* de toda ordem, funciona como vocábulo de um vernáculo midiático comum, partilhado globalmente e que permite tomar a apropriação e resignificação como práticas expressivas marcantes para a constituição de uma linguagem legitimada pelas redes.

Como observa benkler, as mídias de massa dominaram de tal forma a cultura americana no último século que as pessoas necessariamente irão valer-se delas como um vocabulário comum, à medida que aprenderem a utilizar a mídia participativa para seus próprios fins (JENKINS, 2006, p. 356).

Com isso, para que a linguagem de criação por apropriação e recombinação se efetive, fica evidente que o diálogo com o repertório da indústria é essencial. Dessa forma, arranjos de produção comunitários têm um limite comunicativo bem claro, e apesar de apostarem na perspectiva da ética e da igualdade terminam por circunscrever suas produções a pequenos grupos.

Concepções do comum: *Creative Commons* e *copyleft*

A espontaneidade das práticas contemporâneas de apropriação e *remix* de bens culturais, a despeito das restrições legais, não pode ser descolada de sua dimensão política. Entender a música como recurso abundante e disponível para os mais diferentes usos não é possível sem recusar o regime de propriedade intelectual tal qual conhecemos. Essa discussão é hoje um campo de intensos e importantes debates.

Uma retórica convincente a favor da apropriação se vale de arqueologias que recuperam as origens da noção de autor e autoria e relacionam a posse da obra às definições burguesas de propriedade. Para provar o argumento, enfatiza-se a construção histórica da figura do autor e sua relação com o estabelecimento das editoras e posteriormente das indústrias culturais. Dessa forma, o entendimento da autoria como valor absoluto e indiscutível é relativizado.

Outras investigações apostam nos aspectos estéticos da interação entre autores, leitores e texto para chegar a conclusões parecidas. Esse campo de explorações tem forte inspiração nas vanguardas da arte do século XX, como nas obras de Marcel Duchamp. Também encontra fundamento nas teorias da comunicação dialógica, tal qual discute Bakhtin e revisa Humberto Eco em "A Obra Aberta" (ECO, 1968). Pelos argumentos desse viés, nenhuma criação surgiria sem referências e toda atividade, ainda que apenas interpretativa, exigiria um esforço também do espectador no sentido de completar a obra. Portanto, entre outras conclusões, tornaria-se possível deduzir que não existe a obra original e sim criações que se dão sempre a partir de resignificações e atualizações do conhecimento, que é por natureza construído coletivamente. Essa visão é apresentada em textos que defendem o direito irrestrito

à apropriação, partindo do entendimento da cultura como um conhecimento compartilhado e que portanto deveria ser alheio às relações de propriedade. O comum seria assim como a água ou o ar. Nem público nem privado.

A *Creative Commons* se insere neste debate a partir de uma articulação clara com práticas que reivindicam a liberdade para o *remix* e as trocas nas redes digitais. Porém, em uma análise atenta, é possível apontar diferenças entre a sua proposta e outras concepções de liberdade de circulação de materiais culturais. Fora do caso específico do ccMixter, o modelo da CC abrange uma série de licenças que entram em conflito com perspectivas que entendem a cultura e o conhecimento como bens comuns (*commons*)⁴⁷. Tal disputa tem como aspecto central a extensão e abrangência do patrimônio cultural coletivo.

Na proposta da CC, apesar de se apontar para uma flexibilização dos direitos autorais, não há um confronto direto com o estatuto do autor e o *copyright* tradicional. O sistema da fundação demarca claramente a possibilidade de convivência entre um campo coletivo e outro proprietário. Ao conceber a criação de um acervo paralelo, que pode ser reutilizado legalmente, o sistema reafirma a ilegalidade da apropriação de material autoral. Para a CC, o criador original mantém a autoridade sobre suas contribuições e cabe a ele o direito de autorizar ou não o *remix* e o compartilhamento.

A maior polêmica em torno das licenças CC, em relação a outros movimentos de liberdade de acesso ao conhecimento, está na possibilidade de um autor desautorizar a reutilização de sua obra ainda que esta seja feita a partir de materiais da produção comum. Essa concepção abre a possibilidade também para que uma plataforma se aproprie da produção coletiva sem oferecer a contrapartida de acesso irrestrito a seu repertório. Neste ponto a CC é muito semelhante ao modelo Open Source.

Como exemplo, uma plataforma aberta do tipo Youtube, libera o acesso a seus servidores para a produção de conteúdos, mas pode se reservar o direito de bloquear ou impedir a exploração de seus acervos por parte de um terceiro. Esse controle sobre a produção coletiva é a base do funcionamento de muitas plataformas. No caso do Last.fm, por exemplo, em um primeiro momento os usuários são convidados a participar e contribuir com seus dados

⁴⁷ A construção de uma teoria em torno do comum remete à concepção de propriedades comunais durante a idade média, onde toda as terras de uma determinada cidade eram propriedade coletiva e podiam ser exploradas por todos que pertencessem àquele grupo. A idéia de tragédia dos comuns é constatemente evocada para dizer que quando alguns membros passam a se utilizar demais das terras comuns, podem esgotá-las e prejudicar o grupo. Isto justificaria as regulações de um ambiente não comum. A idéia no entanto não se justifica com bens digitais, cuja utilização não implica em privação do outro, já que os bens digitais são multiplicáveis infinitamente.

e repertórios. Em um momento seguinte, no entanto, a plataforma, que só se tornou viável pela captura dos dados de milhões de usuários, passa a cobrar pelo serviço, privatizando um acervo de dados construído coletivamente.

As restrições podem ser de diversas ordens. Neste sentido, a empresa se opõe ao entendimento da produção do comum como reconhecem os movimentos que pregam a liberdade de acesso a informação, apesar de a justificativa de sua existência (a disponibilização gratuita de material cultural) só ter sido possível a partir de uma articulação com estes grupos⁴⁸.

Em oposição à CC, para o entendimento do *copyleft*, toda obra fruto do conhecimento coletivo deve permanecer como tal. Ou seja, no caso da informática, qualquer *software* desenvolvido a partir do Linux deve manter-se com código aberto. É isso que garante a impossibilidade de se tomar posse de um conhecimento originado pela cooperação. É interessante observar também que, mesmo para as perspectivas que ignoram a propriedade do autor, o comum não implica necessariamente na gratuidade e no fim do valor, apesar de se dar em um contexto de abundância e livre partilha. Como gosta de dizer o programador Richard Stallman⁴⁹ "*free software* não é como *free beer*", ou seja, o problema não está na exploração comercial, mas em impedir que os usuários proponham seus próprios modos de interação com o material. No caso do Linux, existem inclusive versões comerciais e boa parte dos seus aplicativos também é paga, mesmo não sendo possível se apossar do conhecimento necessário para desenvolvê-los.

A diferença que se instaura entre os modelos é que em uma concepção aberta, que não reconhece a propriedade sobre o conhecimento, os processos de invenção e inovação incluem múltiplos produtores e mediadores que de outra forma estariam impedidos de participar como inventores, ficando suas ações restritas à posição de consumidores participativos. Já quando todos podem propor suas próprias maneiras de se explorar o conhecimento disponível, contribui-se para a horizontalidade da criação. O que pode ser benéfico para um ambiente de efetiva inovação, partilha de conhecimentos e geração de valores.

⁴⁸ Discutido no Capítulo I, p. 55.

⁴⁹ Ainda em 1983, Richard Stallman abriu a questão da propriedade sobre o conhecimento necessário para programar um *software*. Pesquisador filiado ao MIT e membro ativo da comunidade *hacker* criou o sistema operacional aberto GNU e a *Free Software Foundation* em reação à opção da indústria pelo código fechado. Nas palavras do seu fundador, o *free software* não é como *free beer* (cerveja grátis) mas liberdade de expressão (*free speech*). Suas quatro premissas são: liberdade de usar o programa, estudar como ele funciona, liberdade de modificá-lo e liberdade de compartilhar os resultados com o público em geral. Pra garantir a legalidade do *free software*, Stallman instituiu as "General Public Licence" que não só permitem qualquer modificação mas também garantem que todo *software* criado a partir do GNU Unix deve também ter o código aberto.

No universo da música, a cena do Tecnobrega⁵⁰ é uma forma particularmente interessante de administração do repertório comum. Sem qualquer articulação com movimentos livristas e a partir de um mercado às margens, questões de autoria e produção em rede foram resolvidas de forma inventiva. O contexto periférico em que se insere nunca foi de grande interesse da indústria fonográfica dos centros, provavelmente pelo seu baixo potencial econômico para regimes industriais⁵¹. A ausência de qualquer formalidade quanto aos direitos autorais, no entanto, não implicou em uma existência primitiva ou predatória. De fato, sem as leis que garantem o monopólio sobre bens culturais, a rede em torno do tecnobrega consegue ser inclusiva e horizontal.

Entre os agentes da cena são listados "as aparelhagens, os DJs, os artistas (compositores, cantores e bandas), estúdios (e DJs de estúdios), reprodutores não autorizados (...), vendedores de rua, festeiros, casas de festas, programas de rádios e de TV, balneários e casas de shows." (LEMOS e CASTRO, pg.13). Todos tem uma participação ativa e exploram comercialmente suas contribuições. Um dado curioso é que até mesmo o nome das bandas é passível de cópia sem que isto seja entendido como simples roubo ou plágio. Uma concorrência entre fãs e artistas se dá em torno da preferência pela "Banda Dejavú do Brasil" ou "Dejavú do Pará", "Banda Batidão do Brasil" ou "Batidão do Melody", "Kassikó do Brasil" ou "Kassikó do Melody" e muitas outras. As possibilidades de cópia criam novas manifestações em que o cover, a imitação, o *remix*, permitem uma distribuição da atenção que dificulta os monopólios e centralizações e permite a inclusão de mais agentes no mercado.

Copyfarleft e Gentrificação

Outra perspectiva interessante para o debate vem de um dos primeiros autores a criticar abertamente a proposta da *Creative Commons*, sem colocar-se a favor dos direitos

⁵⁰ Pesquisa financiada pela fundação *Creative Commons*. Interessante notar que o Tecnobrega é um mercado espontâneo que funciona sem a necessidade de licenças.

⁵¹ A televisão também nunca alcançou regiões periféricas sem um bom nível de ruído. De fato, se considerarmos a atividade cognitiva dos espectadores das periferias, a recepção da sua produção simbólica exige uma intensa interação e resignificação já que a imensa maioria das imagens massivas nunca representou seus próprios povos e modos de vida.

autorais: o autor Matteo Pasquinelli, filiado "Insitute of Networks Culture", em Amsterdam⁵² e interlocutor das teorias do capitalismo imaterial de Hardt e Negri. O centro da crítica de Pasquinelli está na sua observação da existência do que chama de "Digitalismo", que seria uma espécie de crença cega na liberdade do ambiente digital, sem que se coloque à prova a sustentabilidade dessas atividades. Para Pasquinelli, as políticas *free software*, *open source* e a *Creative Commons* seriam variações de uma mesma visão que remete à elite intelectual californiana. Na sua releitura da história da cibercultura, o fruto da ligação das tecnologias digitais com os anos sessenta teria sido uma crença no transcendental e no esvaziamento das noções de liberdade, que, segundo ele, não podem vir sem proposições claras e uma leitura que coloque o capital digital como fator decisivo. Para ele, as idéias de muitos movimentos livristas, assim como acontecia como os comunitaristas que contribuíram para o imaginário de liberdade da *internet*, não resolvem a questão de como manter a sustentabilidade desses modelos caso sejam ampliados para a sociedade em geral. Como *os hippies* que se apropriavam das sobras da produção industrial⁵³, estes não levariam em conta os limites de suas práticas como uma política efetiva.

Pasquinelli enfatiza que, por trás da liberdade de circulação de arquivos digitais, existe um consumo de bens materiais, seja de equipamentos, redes de fibra ótica ou satélites de transmissão de dados. O autor insiste na idéia de friccionar uma noção simplista de gratuidade às relações em torno da infra-estrutura. Para ele, estas permitiriam, em última instância, o controle do capital sobre as redes de informação. O autor chega a sugerir, inspirado nos conceitos de sabotagem da tradição anarquista, que só a pirataria, o *crack* de *softwares* e a circulação por redes *p2p* teriam alguma legitimidade como atitude crítica possível a partir das redes. Nesse ponto especificamente, o autor não leva em conta que a pirataria não existe fora dos circuitos do capital, mas dentro de sua lógica econômica. Os *softwares* piratas são tão acessíveis também por não ser de interesse das empresas perder o contato com os públicos amadores, que, de outra forma, poderiam optar por versões concorrentes e gratuitas.

Avançando em sua concepção de uma esquerda radical, o autor cunha a expressão *copyfarleft*⁵⁴. O modelo seria a favor do livre acesso e apropriação de qualquer material cultural. Mais que isso, o modelo estabelece que aqueles que exploram mão de obra e somente estes

⁵² Comandado pelo professor Geert Lovink, um dos mais antigos observadores das políticas do ciberespaço.

⁵³ Ver capítulo 01, p.42.

⁵⁴ Copyfarleft seria algo como Copyleft mais à esquerda.

devem pagar aos autores originais. Com isso, o *copyfarleft*, segundo o autor, poderia garantir a livre criação sem ficar sujeito a exploração predatória, ou como prefere chamar, parasita.

Um exemplo que poderia ser resolvido por esse sistema é um recente acontecimento envolvendo o cantor Caetano Veloso. O músico, que há muito vem se colocando contra a flexibilização dos direitos autorais, justificando que não abriria mão do controle sobre sua obra para que garotos a "remixassem na internet, viu um grande empreendimento imobiliário de Salvador, chamado "Tropicalista", batizar os blocos do condomínio com nomes de suas músicas e decorar os corredores com referências a seus discos. Pelo *copyfarleft*, os garotos da internet teriam liberdade para fazer o que quiser. Quanto ao condomínio, que explora mão de obra para gerar lucro, Caetano teria controle sobre a obra e poderia negociar com a construtora ou simplesmente negar a concessão.

O sistema *copyfarleft* é, em parte, semelhante ao que acontece na prática das redes digitais. Enquanto os circuitos comerciais estão sujeitos às regras legais do direito autoral, a circulação de *remixes* por meios digitais, ou em pequena escala é, ao menos por enquanto, virtualmente liberada. Mesmo que todos estejam sujeitos a insegurança jurídica, até hoje os casos de repressão não foram suficientes para inibir a reapropriação de material cultural nas redes. Um problema, no entanto, é que o mesmo não se pode dizer sobre circuitos oficiais, onde o uso de arquivos de televisão ou cinema pode ser desautorizado pelos proprietários dos acervos, impedindo o acesso a registros históricos e outros eventos conservados em arquivos audiovisuais. Com isto, o que acontece hoje na prática das redes é que se efetiva a produção livre a partir das redes mas mantém-se restrita a circulação de valores há alguns circuitos.

Outra questão referente ao modelo *copyfarleft* é que sua definição de capital parasita como "aquele que explora mão de obra" não é suficiente para resolver situações, cada vez mais frequentes na produção em rede, em que os envolvidos na produção não estão explicitamente determinados, seja por relações de trabalho ou outras formas de exploração de mão de obra. Um caso interessante para se pensar este problema está no artigo "Ethnic Sounds – the Economy and Discourse of World Music Sampling" (THEBERGÉ, 2003). Nele, Paul Thebergé apresenta uma rede de músicos, produtores e programadores que se articula em torno do comércio de sonoridades para aparelhos de *sampler*. Um dos focos principais desse mercado é desbravar regiões remotas do globo em busca de sons e instrumentos exóticos. Munidos de gravadores, esses novos bandeirantes captam sons tribais, folclóricos, etc. e os organizam em bancos de *samples*. Esses acervos são colocados à venda como matéria prima

para composição de trilhas sonoras, músicas de pista, música ambiente, etc. Parte desses sons é gravado a partir de concursos criativos, em que músicos locais entram em disputa pela melhor execução de instrumentos exóticos. No fim, quando um artista *pop* emplaca um sucesso usando seu aparelho de *sampler*, ele evoca toda a rede que vai dos músicos locais aos bandeirantes sonoros, os programadores de *sampler* e quem mais estiver envolvido. Assim, neste caso, apesar de não existirem relações explícitas de trabalho, existe, no mínimo, uma rede de contribuições não aparente.

As grandes plataformas 2.0, que representam boa parte do capital digital, também não atuam a partir da exploração de mão de obra, mas de outras formas de mobilização em que a produção não se dá pelo trabalho formal mas por noções de cultura participativa muitas vezes atreladas à linguagem do entretenimento. Ainda assim, a crítica do autor é um bom ponto de partida para se refletir sobre a forma como a gratuidade e a livre circulação em rede escondem uma série de relações econômicas que ficam, no mínimo, obscurecidas pela crença na liberdade dos meios digitais.

O modo como operam empresas digitais que fazem das redes sociais de múltiplos agentes parte de seus negócios, permite uma relação com outra parte da crítica de Pasquinelli, que diz respeito aos processos de gentrificação. Estes também são empenhados por empresas a partir da mobilização de agentes criativos e da administração dos valores imateriais produzidos por eles. Na concepção clássica, gentrificação é um termo que designa os empreendimentos imobiliários de valorização de regiões urbanas degradadas. Para tal objetivo, uma das práticas mais recorrentes em metrópoles globais, seja em Londres, Barcelona ou recentemente no centro do Rio de Janeiro, é a atração de artistas, intelectuais e formadores de opinião em geral para bairros esvaziados e antigos guetos. Essas ações se dão a partir de grandes investimentos públicos e privados na reconstrução criativa dos espaços, seja pela instalação de museus, convites a galerias de arte ou pela criação de áreas boêmias, procurando atrair uma frequência de públicos e moradores que agreguem valor a região. Um dos pontos que enfatiza a crítica às ações de gentrificação é que o benefício financeiro resultante desse modo de exploração fica, em sua maior parte, com os proprietários das terras e imóveis da região. Assim, completa-se o ciclo proposto por Pasquinelli em que a gestão do imaterial depende fortemente da mobilização e engajamento de agentes criativos que terminam por contribuir com os lucros dos administradores das propriedades materiais privadas.

Possíveis regimes

Retomemos então as discussões do capítulo até aqui. Primeiro contextualizamos a passagem da produção em cadeia para a produção em rede, demarcando a série de novos agentes e mediadores. Em seguida, nos estendemos sobre duas experiências de produção participativa a partir do incentivo ao *remix*. Pela análise foi possível perceber diferenças entre os principais atores (Djs e produtores amadores) das duas redes. Apesar de boa parte estar em busca de experiências de entretenimento e de socialização, no caso da produção efetivamente cooperativa, valores como engajamento, colaboração e reconhecimento dos pares também são importantes. Foi possível perceber também que, enquanto os concursos e redes temporárias se interessam pela mobilização do maior número possível de participantes, as associações comunitárias dão ênfase na qualidade da participação ao longo do tempo. Em ambos casos, esses mediadores foram fundamentais também porque, sem a venda por suportes físicos, o sucesso das músicas pôde ser medido pela circulação e atenção nas redes digitais. Nos dois casos, a repercussão na rede foi independente dos meios massivos e mais que isso, os últimos estariam propensos também a reconhecer as manifestações em rede e representá-las em seus espaços.

Como boa parte destas trocas são feitas como experiências de socialização, pelo estabelecimento de conversas a partir de material midiático, ou de resignificação para novas expressões, isto reforça o argumento da livre circulação como liberdade de expressão. Porém, como a maior parte deste acervo está em propriedade das instituições da indústria, que é regida sobre a lógica do monopólio e centralização, existe um conflito. Este está bem representado no debate em torno da noção de comum. Alguns grupos reivindicam que a noção de autor como dono da obra deve ser superada e todo o acervo da indústria deve fazer parte do patrimônio coletivo. Outras perspectivas investem na ampliação da esfera comum por um acordo em que, todos que contribuírem com o coletivo terão acesso ao patrimônio e conhecimento partilhado de forma que ninguém poderá se apossar dele, apesar de poder explorá-lo economicamente. Uma terceira concepção, da fundação *Creative Commons*⁵⁵,

⁵⁵ A "Creative Commons" formou uma importante parceria com o Ministério da Cultura durante a administração dos ministros Gilberto Gil e Juca Ferreira, cujas gestões foram marcadas pelo fomento à iniciativas de produção em rede, seja pelo apoio à CC ou aos "Pontos de Cultura". Quando a administração seguinte rompeu a parceria, um grande debate foi instaurado entre intelectuais e a classe artística de maneira geral em torno da legitimidade da fundação. No entanto, a liberalização dos direitos autorais nunca foi o tema central do conflito como fizeram crer alguns de seus críticos, já que as licenças da Creative Commons não interferem diretamente na proteção ao direito autoral. A questão é mais bem compreendida se vista como uma disputa entre

propõe que todos podem contribuir voluntariamente para o acervo comum, mas fica a critério de quem cria a partir desse acervo compartilhar ou não a obra derivada.

Por último, existe o *copyright* clássico, defendido pelas indústrias culturais tradicionais que não pretendem abrir mão de seu patrimônio acumulado durante um século de produção industrial.⁵⁶ Porém, como foi exposto, com a queda expressiva do valor de seu principal negócio, a venda de discos, até mesmo estas indústrias precisam de novas estratégias de lucro. Para isto, investem nos direitos de execução pública, na vinculação a marcas, publicidade, filmes, ou qualquer circuito comercial. Dessa forma, os agentes ascendentes em grupos e comunidades (DJ's caseiros no caso), por terem papel importante na circulação ponto-a-ponto, tornam-se fundamentais para a geração de valor na economia da atenção. Para o modelo das redes que enfatiza a multiplicação de mediadores, a livre troca e circulação, a disponibilidade dos acervos fonográficos para a exploração coletiva pode ser vantajosa para a indústria, se vista com meio de mobilizar esses agentes.

antigos monopólios e a emergência de novos agentes, principalmente no mercado da música. A principal resistência às atividades da "Creative Commons" no Brasil se dá a partir do "Escritório Central de Arrecadação e Distribuição" (ECAD) de direitos autorais da música. A defesa do modelo do ECAD, tal como concebido hoje, precisa necessariamente coibir atividades concorrentes. Isso porque, se alguma outra instituição for capaz de autorizar licenças e fazer a arrecadação, o sistema do ECAD encontrará dificuldades em operar. Imagine que em um espaço público se utilize uma mistura de músicas licenciadas pela CC e outras do ECAD. Segundo a fórmula de cálculo do último, que se baseia em um valor único para qualquer música e na autonomia para calcular a cobrança a partir do tamanho do ambiente, da frequência do público e da duração das execuções, fica difícil determinar um valor sem o monopólio dos direitos.

A concentração dos mecanismos de arrecadação e distribuição no ECAD também deixaria de funcionar com o advento de novos mediadores. Pelo seu modelo, qualquer artista que queira receber precisa se filiar a uma das nove associações em torno do ECAD, que são responsáveis por cobrar do caixa único de arrecadação a parte que cabe a cada um de seus representados⁵⁵. Se a "Creative Commons" ou outros mediadores entrarem no processo e permitirem, por exemplo, a negociação direta entre os executores e os músicos, o modelo centralizado terá pouca atratividade para a grande maioria dos artistas. A aplicação das leis de direito autoral contribui para essa dificuldade em se pensar a economia digital. Apesar de nos moldes atuais não haver distinção entre o consumo de arquivos físicos ou digitais, na prática, a circulação no ambiente digital tem suas particularidades. Como se sabe, com a queda das vendas de discos, a cobrança por execuções públicas ganhou grande importância para os negócios musicais, com sucessivos recordes de arrecadação e ampliação do leque de estabelecimentos obrigados a pagar pela execução de músicas⁵⁵. As mídias digitais não ficaram de fora da capilarização das cobranças do ECAD, que chegou a espaços até então livres de taxação. Hoje, plataformas como Youtube e até mesmo blogs contribuem com o escritório. Ou seja, o que está em jogo é também o conflito entre uma concepção de modelo centralizador (industrial) em detrimento da multiplicação de atores e da distribuição das iniciativas. Algo que exigiria um esforço em conceber novas regulamentações adequadas à produção em rede (pós-industrial).

Segundo dados do próprio ECAD, apenas em 2010 a arrecadação aumentou 9%. A quantidade de espaços taxados também aumentou significativamente. Os segmentos com maior crescimento foram: Mídias Digitais (361,3%), Shows (23,6%), TV aberta e por assinatura (22,2%), Casa de Diversão (21,2%), Academia (16,7%), Sonorização Ambiental (13,7%, incluindo lojas comerciais e restaurantes) e Hotel/Motel (9,3%).

⁵⁶ Poderíamos acrescentar também os *hackers*, os piratas e sabotadores, apesar de suas perspectivas não serem por novo modelos produtivos mas a ataques e desestabilizações aos que estão em vigor, dependendo portanto destes para existir.

É possível sugerir a partir disso uma inversão da crítica de Pasquinelli, que trata as plataformas da web 2.0 como parasitas, enfatizando uma conotação negativa para o termo. Se tomarmos noções recorrentes nas ciências biológicas, (campo que originalmente trabalha a idéia de parasita), os parasitas podem então ser vistos a partir de seus aspectos positivos. Como sabem os que estudam a ecologia, os parasitas são indicadores do equilíbrio de um ambiente. Quando um ecossistema produz situações de excesso ou de acúmulo, os parasitas tornam-se essenciais para devolver seu estado de metaestabilidade. Assim sendo, a metáfora dos parasitas pode ser de grande valia para as redes de comunicação se investida de uma perspectiva em que estes possam ser entendidos como agentes tão importantes para o equilíbrio quanto os dispositivos que induzem ao acúmulo e ao excedente.

As plataformas da web 2.0 sugam a energia da produção das grandes mídias tanto quanto a dos produtores amadores. Assim, pensando-se na possibilidade de se recuperar o equilíbrio do sistema, é interessante pensar na multiplicação de parasitas, para que estes possam também agir de modo semelhante ao sistemas 2.0. Isto é o que propõe uma pequena experiência de mídia arte chamada "The Sound of Ebay". O Ebay, assim como a Amazon, por exemplo, são bem sucedidas plataformas 2.0 que mobilizaram os usuários da internet a seu favor. No *site* de leilões, como na livraria, foram os usuários que construíram coletivamente todo o banco de dados que lá está. Em seguida, com o acervo de informações que acumularam a partir de seus usuários e sobre seus usuários, tornaram-se corporações monopolistas⁵⁷.

A manifestação hackativista "The Sound of Ebay" compartilha do entendimento de que modelos abertos atuais concentram lucros nas mãos de poucas empresas enquanto o trabalho é distribuído coletivamente. Propondo uma recaptura dessa produção, o projeto *hackeia* perfis de consumo acumulados pelo sistema de compras e avaliações do site Ebay, transforma os dados em música e os coloca à venda no mesmo Ebay. O que os artistas reivindicam com isso é em que os dados de empresas *open source* sejam transformados em *copyleft*. Assim, constituindo-os como patrimônio comum, os múltiplos agentes podem parasitar estes dados e propor suas próprias maneiras de se realcionar com as informações criando uma rede efetivamente plural de inovações.

⁵⁷ É improvável que uma nova plataforma mobilize participantes a reescrever resenhas de livros e avaliações sobre quaisquer objetos e seus ofertantes a ponto de competir com estas plataformas. Sua hegemonia está, portanto, na posse destes dados. Com isso, o poder de negociação que têm em relação aos pequenos agentes que mobiliza (revendedores independentes) tornam predatória as suas práticas. Para se ter uma vaga idéia do modo predatório com atuam, hoje as comissões que a Amazon cobra dos milhares de livreiros independentes varia entre 8% e 30%. Sendo que raríssimos são os produtos taxados em menos de 10%.

O argumento é semelhante ao que defende Lazzarato ao dizer que

Trata-se, portanto, de integrar a multiplicidade dos sujeitos que participam do processo de cooperação entre cérebros em um novo conceito de democracia que transforma os clientes, os usuários, os beneficiários, em atores de uma nova esfera política não estatal (Lazzarato, 2006, p. 144).

Ainda que não seja provável que, no caso da indústria fonográfica, esta simplesmente abra mão de seus arquivos, é preciso realçar que a possibilidade de acesso à seus acervos, ainda que sob a exigência de retorno financeiro, tem a potência de incentivar a multiplicação de agentes e propostas de geração de valor a partir de seu patrimônio. Permitindo que no ambiente de intensa inovação da rede, a multiplicação de criadores invente suas próprias formas de explorar o material.

A importância desses debates já pode ser percebida também em diversas iniciativas práticas de ampliação do patrimônio comum. Fora as obras que caem em domínio público, algumas instituições tem tomado a iniciativa de compartilhar seus acervos como política de ampliação deste acervo compartilhado. Transformando o que eram apenas propostas utópicas em práticas efetivas, ainda que pontuais. Um projeto de destaque nesse sentido é o "BBC Archive" da rede pública de TV britânica diretamente financiada pela população da Inglaterra a partir de pagamentos mensais. O "BBC Archive" não só disponibiliza todo o seu acervo como incentiva a reutilização do material, devolvendo à sociedade o acesso à memória e aos registros históricos acumulados em seus acervos. Com isso, amplia-se também a possibilidade de virem à tona milhares de arquivos que dificilmente encontrariam espaço nos limites da grade de programação da emissora. Neste caso, a abertura do acesso ao conhecimento e a concepção dos produtos culturais como um bem comum é claramente uma maneira de multiplicar a produção da BBC e não de subtrair seu patrimônio, sem que isso soe como apenas uma utopia.

Não podemos ignorar que o compromisso de uma TV pública com a sociedade é diferente do que é proposto pelas cooperações privadas. Ainda assim, como Jenkins argumentou⁵⁸, se fomos submetidos a um século de construção simbólica a partir das indústrias, seria mais ingênuo ainda acreditar em uma comunicação efetiva entre os homens subtraindo esse elemento dos discursos e diálogos em rede. Para que esta mudança de

⁵⁸ Ver Capítulo II, p.92

paradigma se torne viável, teríamos que encarar as obras, tanto quanto os aparelhos industriais, não com formas rígidas e eternas, mas como estruturas maleáveis, que precisam ser constantemente repensadas e atualizadas para que se mantenham em diálogo com a cultura e o mundo. Como foi exposto no primeiro capítulo, a indústria fonográfica foi essencial para a construção da cultura de massas das metrópoles modernas. O contexto atual, no entanto, no coloca diante de outras necessidades, que não às da constiuição de uma massa de consumidores. Relembrando a epígrafe do capítulo, "Pode ser que essa tomada de consciência da efemeridade de toda criação (inclusive a criação de designs imateriais) contribua para que futuramente se crie de maneira mais responsável" (FLUSSER, 2007, p.1980)

3

a estética e a conética da canção o impasse do formato e a escuta das redes

Art...REAL ART, is a product of years of discipline and form and education, humbly studying at the feet of titans and replicating these rules of structure. But THIS WASTE... THIS DEGENERATE ART is a disgrace to Art and threatens our very culture with insidious design!

It throws the status quo into the flames of HELL. It focuses on the incomplete, corrupted, flawed, degenerate individual.(...) These are not artists, but animals with paint brushes that purposely work outside the lines of structure...

D.A.D.A. (Department Against Degenerate Art) Manifest, 2011

1936. À meia noite, em uma encruzilhada à beira das estradas 61 e 49 em Clarksdale, Mississippi, Robert Johnson tem seu encontro com o diabo. Tomam um trago de wiski e Johnson lhe faz a oferta. Sua alma em troca da habilidade na guitarra. O Demônio pega seu violão e lhe devolve desafinado um tom abaixo. Pouco tempo depois, Johnson vai ao Texas, grava os mais importantes registros da história do *blues* e morre adiante, aos 27 anos. Antes de partir, deixa uma maldição a quem se atrever a tocar suas músicas.

1940. Com uma década de popularidade nos EUA, os solos de Louis Armstrong já faziam parte do repertório de músicos pouco experientes, que escutavam seus discos repetidamente. Já em Nova York, músicos de *bebop* improvisavam durante a performance, garantindo apresentações sempre únicas. A velocidade e a variação tornavam seus truques difíceis de executar. Com isso, garantiam que só os virtuosos teriam espaço nos palcos.

1944. Les Paul, músico de estúdio para gravações de *country*, sobe no palco para tocar com Nat King Cole. A entrada no espaço exclusivo do *jazz*, mesmo com sua origem no popular *country*, é garantida pela sonoridade única de sua guitarra acoplada a um captador de fonógrafo. A invenção do "Les Paul Sound" lhe rendeu convites para tocar nos melhores palcos do mundo, até o dia em que resolveu se aposentar e convencer a fabricante Gibson a comercializar seu instrumento.

1966. Após anos escutando John Cage dizer que a música seria feita de gravações, os Beatles lançam "Sargent Peppers". Entre as inovações do álbum conceito, uma sonoridade impossível de ser executada ao vivo. Resultado de centenas de horas de estúdio manipulando gravações em fita magnética, nem os próprios músicos seriam capazes de reconstituir os resultados obtidos.

Anos 80. Em uma clube da periferia do Rio de Janeiro, antes de mandar a próxima pérola do baile do funk, o DJ se certifica de que arrancou o selo do disco, impedindo que curiosos ao redor descobrissem o que ele iria tocar. Os álbuns eram importados dos EUA e difíceis de encontrar por aqui. Sua coleção de raridades lhe garantia o posto nas *pick ups*.

1997. Os Beastie Boys entram em estúdio e saem com Paul's Boutique. O álbum usa, extensivamente, *samples* de clássicos e velharias da música americana. As 105 músicas que serviram de base são listadas no encarte do álbum.

2005. A banda Nine Inch Nails lança a música "The Hand that Feeds" e alcança o primeiro lugar na lista das paradas americanas. Junto do *single* eles liberam para *download* os canais de áudio da música separadamente e uma cópia do projeto da mixagem original para ser

manipulado no *software* Garage Band. A música é licenciada pela *Creative Commons* para ser *remixada*. Até hoje, essa e outras músicas da banda continuam ganhando novos *remixes*, apresentados em comunidades virtuais articuladas por amadores como a "ninremixes.com".

Da lenda de Robert Johnson à proposta dos Nine Inch Nails (NIN), as narrativas nos convidam a refletir sobre a cultura da música. Em menos de um século, valores que regem a relação entre criadores e público parecem ter mudado substancialmente. Mitos que envolviam o processo criativo e distanciavam autor e obra de seus públicos cederam espaço a idéias de aproximação entre emissores e receptores e entre diferentes autores e obras. Aos valores tradicionais da virtuosidade e excelência técnica se misturaram a inventividade e a astúcia no uso das tecnologias sonoras.

Manifestações atuais convocam produtores caseiros, isolados em seus *home studios* e conectados pelas vias de informação, a participarem dos processos de produção e circulação. Para um observador atento à cultura contemporânea, a reconfiguração fica evidente nas trocas de música pelas redes *p2p*, nos *mash-ups* do Youtube ou nas apresentações de Dj's em *clubs undergrounds*. Como propõe a banda americana NIN, o novo pacto convida o receptor a participar, intervir e expandir o diálogo com a obra para além da interpretação. A apropriação passa a ter o consentimento e o incentivo do criador, que compõe obras abertas, pensadas para a recombinação, no intuito de mobilizar a força criativa das redes a seu favor.

Vivemos em uma cultura *remix*. Essa é a afirmação de diversos autores. Para o escritor de ficção científica William Gibson, "*Today's audience isn't listening at all - it's participating. Indeed, audience is as antique a term as record, the one archaically passive, the other archaically physical. The record, not the remix, is the anomaly today*"⁵⁹. Para André Lemos, a linguagem *remix* é o traço distintivo da cultura dos computadores: "O princípio que rege a cibercultura é a re-mixagem, conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens e cut-up de informação a partir das tecnologias digitais" (LEMOS, 2005, p. 03). Sabe-se, no entanto, que os procedimentos que definem o *remix*, como a criação a partir de produtos da cultura, as operações de cortar, colar, sobrepôr e o convite à participação, não surgem com a cibercultura.

⁵⁹ A audiência atual não está recebendo, está participando. Certamente, audiência é um termo tão antigo quanto gravação. Um, arcaicamente passivo e o outro arcaicamente físico. O registro único e não a recombinação é a anomalia hoje. Trecho de entrevista à revista WIRED. in: http://www.wired.com/wired/archive/13.07/gibson_pr.html. Último acesso em 23 julho de 2011. Tradução do autor.

As práticas de apropriação e resignificação foram amplamente experimentadas ao menos desde as vanguardas artísticas. Ainda assim, é preciso levar em conta que tanto a colagem e recombinação quanto o convite à participação ganham suas especificidades na atualidade. As práticas criativas características da arte do início do século XX e da música *pop* massiva do fim do mesmo século, entram em uma nova fase quando incluem milhões de produtores amadores no processo.

Neste capítulo, os objetos da pesquisa, ccMixter e "RadioHead Remix", serão evocados na tentativa de se entender o modo como expressões criativas que investem na participação e no *remix* estão atreladas ao entendimento das sensibilidades contemporâneas e cujas sonoridades precisam ser negociadas a partir das expectativas dos envolvidos. Partindo-se da noção de que o espaço audível é resultado de um longo processo de construção do aparelho sensível e que nossa atenção na escuta tanto quanto nossas expressões sonoras não são simplesmente aleatórias mas imbricadas ao contexto de onde emergem, busca-se apontar para alguns dos modos como o *remix* amador estaria efetivando suas próprias marcas estéticas. Assim, levando-se em conta o contexto, a rede de aparelhos e comportamentos que demarcam épocas e movimentos musicais específicos, investigaremos as identidades sonoras dos circuitos que nos interessam. Com isso, busca-se perceber suas especificidades e apontar para algumas das características que tornam este universo expressivo singular em nossa memória musical.

Num primeiro momento, o texto investe em considerações sobre a canção, apostando na idéia que este formato, caro às indústrias culturais tradicionais, passa por transformações quando a idéia de acabamento final é deixada de lado para se investir na possibilidade de constante interação e modificação dos sons. Como em outras expressões que celebraram o imperfeito, das artes degenerativas aos *punks*, o argumento aposta na hipótese do ambiente do ciberespaço requerer outro olhar sobre produtos midiáticos não calcados em sua perfeição técnica. Estes, dessa forma, investiriam em um distanciamento quanto às características da produção fonográfica clássica que, desconsiderando-se os juízos de gosto, mantém em geral um oneroso esmero nos processos de gravação e circulação. Algo que afeta e é sustentado por seu aparato de funcionários e departamentos.

Levando-se em conta que as produções amadoras são feitas individualmente ou em pequenos grupos, com recursos tecnológicos específicos e investimentos de tempo e finanças limitados, torna-se essencial considerar o inacabamento e a imperfeição não como limitações

mas como uma característica de grande força expressiva. Defende-se o reconhecimento das especificidades dessas produções a partir da contraposição a um modelo de produção industrial ideal, em que o acabamento se adequa às expectativas massivas pela perfeição técnica. Afirma-se que um modelo de produção em rede precisa encarar seus próprios dilemas. Pensa-se em como pode ser possível a uma organização colaborativa em rede obter sucesso na exploração de seu próprio potencial discursivo. Portanto, na tentativa de entender as especificidades dessa produção, partiu-se da idéia de considerar um modelo industrial ideal como um campo paralelo. Toma-se emprestada a noção do fordismo clássico para, em um momento seguinte, percebermos como as expressões são parte de uma rede em que dispositivos, formatos, equipamentos e criadores existem a partir de suas interações.

Na primeira parte do capítulo, a pesquisa lança um olhar sobre a comunidade ccMixer, investigando o modo como a negociação de mediações entre os participantes e os públicos externos à rede resultou na criação de dispositivos que afetaram diretamente a organização do grupo.

Num segundo momento, o texto recupera o "Radiohead Remix" para tratar de procedimentos criativos que se dão a partir do ambiente de trocas livres e do consumo da diversidade caros à modernidade tardia. Toma-se como princípio que as referências e a intensa intertextualidade de uma canção *pop* contemporânea exigem uma singular educação da escuta para que se torne possível sua fruição completa. A partir disso, o texto se dedica a esclarecer o modo como o grupo Radiohead consegue imprimir uma identidade sonora particular, a partir de elementos que transcendem o formato de uma canção tradicional. Levanta-se a hipótese de o grupo ter uma marca sonora própria, que se mantém mesmo quando sua música é exposta às mais diversas recombinações. Com isso, investiga-se também os dispositivos com os quais o Radiohead soube trabalhar para criar um bem sucedido modelo híbrido. Modelo em que a linguagem do *remix*, do inacabamento e da participação conseguem ser trabalhados em harmonia com a autenticidade da banda e a necessidade de mediações para uma comunicação de largo alcance.

3.1 Diálogos sonoros transculturais: remediando a canção e o rádio no projeto Ccmixer

Um dos grandes desafios do projeto ccMixer não dizia respeito às suas licenças de direito autoral flexível, mas a um outro problema ainda mais complexo: como reunir colaboradores do mundo inteiro, com diferentes repertórios, diferentes línguas e fazê-los produzir de forma cooperativa pela *internet*? A solução da comunidade foi propor o que chamaram de *mixversation*, ou seja, uma conversa feita de trocas de pedaços de músicas e versões *remix*. A idéia lembra um texto de Pierre Levy, do livro *Cibercultura* (LEVY, 1999), em que dizia

a música tecno inventou uma nova modalidade da tradição, ou seja, uma forma original de tecer o laço cultural. (...) No tecno, cada ator do coletivo de criação extrai matéria sonora de um fluxo em circulação em uma vasta rede tecno-social (...). Nunca antes, como ocorre nesse tipo de tradição digital, os criadores estiveram em relação tão íntima uns com os outros, já que o laço é traçado pela circulação do material musical e sonoro em si (...) (ibidem, p.141).

No texto de Levy, no entanto, o autor marca claramente que isso era possível a partir de um gênero específico, o qual chama de tecno. Mas a comunidade do ccMixer não pretendia se basear apenas em um gênero. A idéia era abarcar os mais diversos músicos caseiros. Assim, letristas, cantores e instrumentistas dispostos a fornecer um "pedaço de música" poderiam se unir a produtores e DJ's interessados em juntar (mixar) as várias contribuições em uma nova composição.

Num primeiro momento, o projeto funcionou de forma mais ou menos livre, mas logo se percebeu que, apesar de os participantes se mostrarem dispostos a uma empreitada de tamanha liberdade sonora, a recepção da música ficava restrita ao ambiente da comunidade. Poucas pessoas de fora se mostravam dispostas a encarar um som *schizo*, feito a partir de tal modalidade de trocas transculturais. Violões bossa nova, vocais *reggae* e baterias eletrônicas eram reunidas em uma única faixa, tendo como elemento unificador as batidas por minuto (bpm) e o compasso, os quais podem ser facilmente manipulados⁶⁰. Em alguns momentos, o

⁶⁰ Pela centralidade das batidas para a música eletrônica e *hip hop*, os contadores de *bpm* se tornaram fundamentais para as interfaces de edição de som. Muitas vezes, no entanto, como no ccMixer, ritmos cuja centralidade não está na batida, mas nas formas de cantar, nos timbres e em outras sutilezas, produzem resultados incoerentes quando reunidos pelas *bpm* comuns,

resultado lembrava as experiências vanguardistas em que artistas como John Cage desafiavam as fronteiras entre o que é ou não música.

Como proposta parecia brilhante: quebrar as barreiras dos modos de produção, das expectativas de escuta, dos suportes e dos formatos. Mas um experimento dessa ordem não consistia propriamente em uma novidade⁶¹ e não cumpria o objetivo da fundação, que era mostrar a viabilidade de se produzir músicas que atraíssem público de forma imediata. Como fica claro no comentário de Victor Stone⁶², gestor do ccMixer

However, as I've mentioned several times, the quality of music on the site does matter. My "panic scenario" is something we have all experienced. Suppose you stumble upon a music site that features artists you've never heard of. If you listen to a song and that song is really bad, you will never go back to that site. And worse, if that site ever comes up in conversation, no matter how diplomatic you are, when some version of "that site sucks" comes up, you know you are going to nod your head. I have always felt more than a little pressure because, simply by virtue of being sponsored by Creative Commons, people judge the entire open music movement based on what they heard on ccMixer. I took the quality thing very seriously. If I couldn't control the quality through hardcore curating (not that I wanted to for this project), at least I could influence the perception of quality through transparent, sharing-friendly methods (STONE, 2007, p.16).

Tentando resolver o problema, o moderador da comunidade percebeu que as acapelas (gravações de vocais) eram as mais *mixadas* e também as que rendiam maior atenção fora da comunidade. Com isso, a *interface* do site foi prontamente mudada para dar destaque às músicas cantadas. Os participantes também foram incentivados a se dedicar a esse formato musical. Em pouco tempo, mesmo que boa parte das produções permanecessem estranhas, começaram a aparecer vocais suaves, afinados, com bons timbres e cantando refrões marcantes. Como avalia o moderador, surgiram mais músicas com a qualidade "radiofônica" que o projeto buscava.

When the Creative Commons staff showed me a prototype of ccMixer, my first suggestion was to add a section specifically for a cappellas. I felt very strongly that

⁶¹ A maior parte das experiências de música telemática, em rede, por *remix* ou não, haviam sido experimentadas pelas vanguardas, principalmente por John Cage, e também por manifestações populares de menor notoriedade.

⁶² Victor Stone foi uma figura chave para o ccMixer. Durante três anos ele acumulou as responsabilidades de gerir a plataforma, representar a Creative Commons no relacionamento com os colaboradores e atuar como uma espécie de curador da comunidade. Stone foi convidado por Lawrence Lessig por ser um programador habilidoso além de ser músico profissional, formado em composição na UCLA e ex-funcionário de grandes estúdios e gravadoras. No fim de sua participação no projeto, ele publicou um texto chamado "ccMixer: A Memoir" (STONE, 2007) de onde são coletadas as falas que contam a história de transformações do ccMixer.

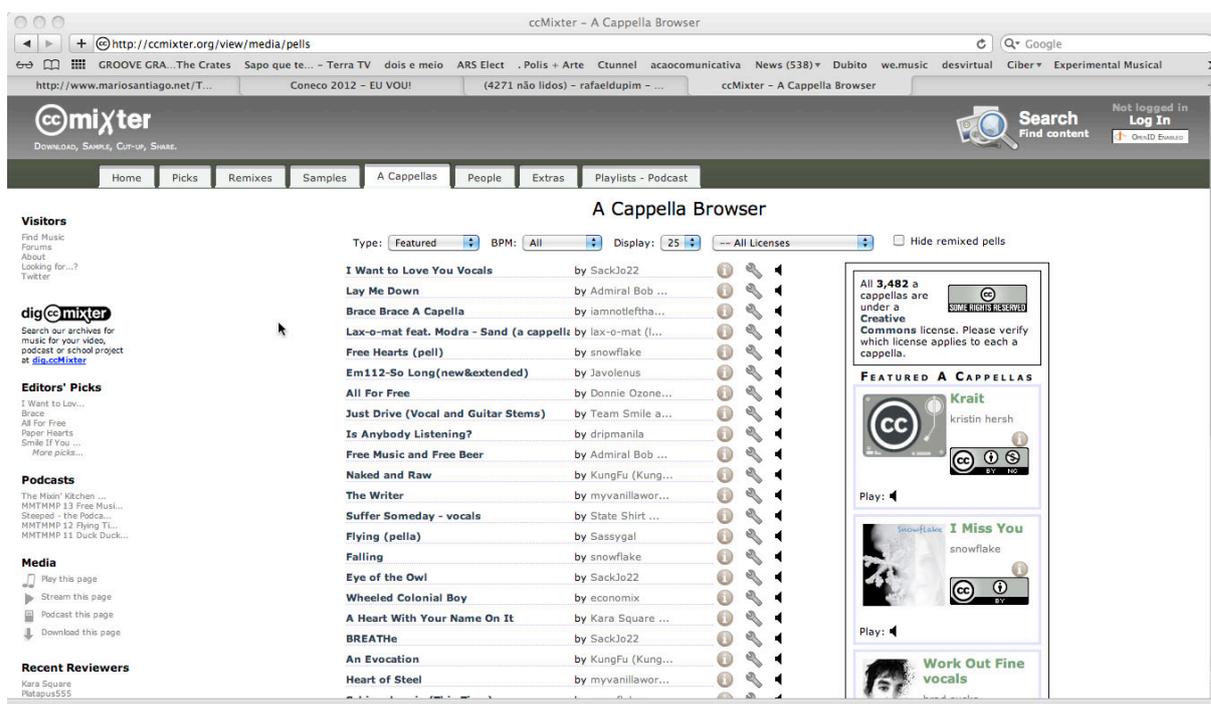
in order to bring legitimacy to CC in the music world they would have to substantially increase the quality of the CC music and a good crop of a cappellas was the key to make that happen (ibidem, p15).

mais adiante

In the early days of the site I spent a great deal of energy doing whatever I could think of to attract singers and convince them to upload their 'pells. Once uploaded, the best 'pells would get all the attention I could muster, including behind-the-scenes mailing sessions to the best remixers on the site pointing out the new 'pell. When they uploaded a remix of merit I always made a big deal of it and continued to massage both singer and remixer. (If this all sounds manipulative, it was only done with a love for the music. I saw my job as making sure these musicians were aware of each others' works and that the site was serving their needs.) As the cycle continued, and having secured a healthy bevy of great remixers, the site became an easy sell to the best singers (ibidem, p. 20).

Voluntários dispostos a selecionar as "melhores" músicas foram convocados a manter *podcasts* e *playlists* na plataforma. Os mais ouvidos tinham inclusive a narração de apresentadores dando detalhes sobre as músicas e justificando suas compilações.

I gave a small group of the musicians access to a special feature which allowed them to highlight and comment on especially good remixes. I wrote up a "How to Pick" document with some guidelines, the chief one being to pick material that would make the site look good. (...) The "Editors' Pick" feed has the most subscriptions on the site and the music itself is the most frequently used in podcasts, videos and write-ups. The feature was a hit, warts and all. (...) Beyond Editors' Picks, several members of the ccMixer community have stepped up to act as curators. As of this writing, we are half way through a year-long self-imposed commitment made by a member, who goes by MC Jack in the Box, to create a weekly "radio show," complete with theme music and voice overs, called the "Cool Music Show" (ibidem, p.15).



Lista de Acapellas para baixar: separadas por estilo, batidas por minuto e tipo de licença autoral.

Assim, o projeto que começara com um sabor de experiência radical, pouco a pouco, passou a se conformar a um modelo, por assim dizer, mais clássico. Com as músicas cantadas e as pré-seleções das melhores, a produção cooperativa recuperava dois formatos tradicionais da indústria fonográfica: a canção e as "paradas de sucesso" das rádios.

Este processo remete a um conceito explorado no livro *Remediation: understanding new media* (BOLTER & GRUSIN, 2000). Nele, os autores investem nas relações entre os velhos e novos meios mostrando como a linguagem de uma nova tecnologia se refere às anteriores, em um processo a que chamam de remediação. Segundo os autores, uma das funções da remediação seria a de suavizar o impacto do surgimento de uma nova tecnologia, evitando rupturas de sentido radicais que levam à incompreensão de suas finalidades. A história do fonógrafo representou bem a incompreensão que uma nova tecnologia pode trazer. Diante de sua nova invenção, Edison foi incapaz de percebê-la como máquina de tocar música e, contaminado pela idéia de comunicação via cartas, só foi capaz de enxergar o cilindro de cêra como, entre outras coisas, uma ferramenta de correspondência falada (STERNE, 2003; MCLUHAN, 1969). Pela investigação da história dos meios, percebe-se que há uma tendência a se configurar as potencialidades de uma nova tecnologia a partir do que já se conhece sobre os meios em geral

Featured Playlists

The Mixin' Kitchen 46

The Mixin' Kitchen 46
created by The Mixin' Kitchen (w/SackJo22) (The_Kitchen)

August. "...creates as she slumbers, replete and satisfied." — Joseph Wood Krutch (American Naturalist)

MMTMMP 13 Free Music and Free Beer DANCE PARTY

MMTMMP 13 Free Music and Free Beer DANCE PARTY
created by Mind Map That Music Map Podcast (MMTMMP)

There is only one thing left to do while enjoying free music and free beer... DANCE PARTY! Let's go!

*Thank you to all of the musicians involved in this podcast. You ROCK!
*Catch the new ccMixer podcast, Steeped (hosted by KungFu!), in the middle of August. It's flippin' awesome!
*The next MMTMMP will air at the end of August. See you then!

Steeped - the Podcast

Steeped - the Podcast - Vol 1
created by steepedthepodcast

Welcome to Steeped - the Podcast! If you want to be interviewed for upcoming episodes just send me a message :-)) Cheers!

MMTMMP 12 Flying Time Secret Mixer Flashback

MMTMMP 12 Flying Time Secret Mixer Flashback
created by Mind Map That Music Map Podcast (MMTMMP)

Time flew and I'm already having flashbacks... Hope you dig MMTMMP 12! That's makes a whole year of podcasts, baby!!!

Podcasts: programas periódicos só com músicas do ccMixer

A princípio, a remediação pelo ccMixer de formato semelhante ao de programas de rádio FM, recuperando a figura do *Dj* apresentador, pode ser vista como parte de um fenômeno mais amplo, que é a multiplicação de mediadores na *internet*. Os *gatekeepers* musicais não são os únicos filtros da plataforma. Há outros sistemas de recomendação, como as músicas mais votadas ou as mais ouvidas. De toda forma, diferentes formas de seleção e recomendação, como se vê nos blogs, nas *folksonomias*⁶³ ou nos sistemas de classificação automáticos são essenciais para processar a imensa quantidade de informações do banco de dados da *rede*. No ccMixer não foi diferente, era preciso desenvolver sistemas de avaliação e

⁶³ *Folksonomia* foi o nome dado para as classificações feitas de forma coletiva, em que se podem criar sempre novas *tags*, enfatizando elos entre obras que escapam as classificações por gênero.

recomendação, que, neste caso, passaram curiosamente pela emergência dos já raros "DJ's apresentadores".

Quanto à remediação do formato canção, talvez valha a pena ater-se um pouco mais à questão. Por que um formato que acompanha a produção fonográfica desde seus primórdios se transformaria em um padrão para reunir os mais diferentes músicos e públicos? Pode-se responder com a própria pergunta. Por ser o formato mais massificado, mais explorado pelas rádios desde sempre, é o formato com que mais pessoas se sentem confortáveis em ouvir. Mas isso explicaria apenas em parte a questão.

É preciso levar em consideração que estes participantes compartilham de um ambiente midiático pós-massivo, que permite o acesso aos mais diferentes tipos de música e que estes se mostraram abertos, inclusive, a quebrar as amarras das expectativas de gêneros que organizam boa parte da produção industrial. Sendo assim, quais seriam as características da canção que levaram o ccMixer a recuperar tal formato? Quais seriam os problemas ao se tentar trazer para a produção cooperativa, procedimentos que estão atrelados ao regime industrial? Um recuo às origens da canção e uma posterior exploração de sua função para as trocas culturais da atualidade pode ser a chave para responder a tais perguntas.

Uma breve história da canção

A origem do formato canção é incerta. Sua forma atual é parte de um longo processo de negociações e adaptações aos seus diferentes ambientes culturais, suportes materiais e funções expressivas. Com base na literatura a respeito, pode-se precisar ao menos três momentos fundamentais para o desenvolvimento desta forma de canto.

O primeiro remete à sua origem no ambiente social das culturas orais. A canção se confundiria com a poesia e ambas teriam a função de auxiliar na transmissão de mensagens pelo espaço e pelo tempo das sociedades iletradas. Neste sentido, a rima, a métrica e a melodia seriam técnicas desenvolvidas para auxiliar na memorização e repetição. Sua presença nas trovas, nas ladainhas ou nos cordéis serviriam, tanto quanto na Ilíada de Homero, às maneiras de se construir e fixar memórias, conhecimentos, sabedorias e histórias. Como coloca

McLuhan estendendo uma discussão de Havelock (cf: ANDRADE, 2004), seu contemporâneo na Escola de Toronto.

Homer's "Iliad" was the cultural encyclopedia of pre-literate Greece, the didactic vehicle that provided men with guidance for the management of their spiritual, ethical, and social lives. All the persuasive skills of the poetic and the dramatic idiom were marshaled to insure the faithful transmission of the tradition from generation to generation. These Bardic songs were rhythmically organized with great formal mastery into metrical patterns which insured that everyone was psychologically attuned to memorization and easy recall. There was no ear illiteracy in pre-literate Greece (McLUHAN, 1967, p. 113).

Havelock (HAVELOCK, 1963) ensina que nas culturas a que chama de pré-letradas, os artifícios de memorização eram fundamentais. A repetição, a rima e a entonação permitiam o armazenamento e a transmissão de tradições. Partindo de tal perspectiva, não é difícil imaginar que ancestrais ainda mais antigos se reuniam para recontar sempre as mesmas histórias e assim conservar a memória de suas origens e que, para isso, se valiam das técnicas de memorização pelo canto que os gregos posteriormente dominariam.

Já em sua era moderna, a negociação do formato canção passou também pela relação com as condições materiais em que sua produção se deu. Após o estabelecimento dos sistemas de gravação, a canção serviu à produção de discos em massa, mostrando grande viabilidade econômica por suas raízes populares. As melodias e rimas fáceis permitiram e ainda permitem às massas decorar inclusive músicas em outras línguas, de outros povos.

Outra contribuição fundamental da primeira era da gravação para o molde do formato canção está ligada às próprias limitações do seu suporte de inscrição. Como se sabe, os primeiros discos de vinil armazenavam, no máximo, quatro minutos de música. Com tal restrição, as canções passaram a ser gravadas sempre com cerca de três minutos e meio e esta duração estimada logo foi adotada como padrão também na organização da grade de programação das rádios.

Anos depois, com a superação de tais limites técnicos pelos *long plays* (LP's) houve diversas tentativas de se estender a duração do formato. No *rock* progressivo, por exemplo, os músicos - que em sua maioria tinham formação clássica - se dedicavam a criar longas composições. "Thick as a Brick", da banda Jethro Tull, levou a idéia de estender a duração da canção ao extremo. A música, cantada e marcada por intervalos entre estrofes e refrões, ocupa todo o "lado A" do disco e continua no "lado B". A idéia do grupo inglês terminou por se

inviabilizar nos meios de comunicação. Já no *punk*, que sucedeu o *rock* progressivo como referência da juventude urbana, foram as canções de um a dois minutos, quase meias canções, que tomaram a cena.

O fato de poder-se alongar sua duração, não significou necessariamente uma maior expectativa do público por músicas extensas. De fato, neste e em outros momentos, os meios de transmissão sonora exigiram formatos de síntese. Algo que permaneceu como parte de sua linguagem. Para uma pessoa educada pelo rádio, por exemplo, é difícil permanecer escutando uma sinfonia por duas horas, mesmo que esteja habituada a uma sequência de duas horas de canções.

Essas passagens reafirmam também todo um processo de construção e modelação do audível, em que nossas heranças sensoriais são afetadas por suas materialidades e também por certas tradições, expectativas e processos de educação da escuta.

Uma terceira contribuição a respeito das origens da canção está no livro "Gramophone, Film and Typewriter", do alemão Friederich Kittler (1999). Concentrando sua investigação no período dos primeiros toca-discos, Kittler identifica os poemas românticos dos folhetins do século XIX como os antepassados mais imediatos da canção. Para Kittler, o declínio dos versos impressos e o simultâneo sucesso da canção gravada teriam uma explicação também na função concorrente que ambos exerceriam na psique social.

Destinados principalmente às jovens donzelas, os versos românticos escritos teriam perdido seu espaço para as canções gravadas pelo fato de que as últimas superavam, em realismo *hi-fi*, o contato entre o eu profundo do autor apaixonado e o coração de suas fãs. Com a gravação, não somente os versos, mas a voz, os gemidos e grunhidos do galã poderiam incitar a já fértil imaginação das garotas. Acrescenta-se que isso ajudaria a explicar também a voz aveludada dos primeiros *crooners* ou parte do sucesso de Madonna e das sempre repaginadas *boys bands*.

Sem descartar a boa dose de humor da descrição de Kittler, seu comentário contribui para percebermos como são múltiplas e por vezes sutis as interferências do ambiente material e social na configuração do formato.

Coerências sônicas: dissecando os dispositivos da canção

É possível destacar, portanto, algumas das características intrínsecas ao formato canção. Entre elas, destacou-se sua presença nas mais diversas sociedades e sua eficiência como técnica de comunicação e transmissão de mensagens. Quanto a seu formato moderno, é determinante a sua imbricação ao regime de produção industrial massiva.

A partir disso, caberia então perguntar qual a função do formato canção no ambiente digital, na cultura do compartilhamento e principalmente nas trocas que envolvem músicos caseiros e *remixes* feitos por redes independentes. Para tanto, evocaremos um texto de Bruno Latour, chamado "Redes que a Razão desconhece: Laboratórios, Bibliotecas, Coleções" (LATOUR, 2005).

Como sugere o título do texto, o autor afirma que para entendermos a produção de conhecimento e cultura é preciso investigar também as instituições, os instrumentos e os mediadores que a põe em movimento. "Através desta breve meditação sobre as relações das inscrições e dos fenômenos, espero mostrar que a circulação desses intermediários, muitas vezes desprezados, fabrica não só o corpo mas a alma do conhecimento" (ibidem, p.39).

Como coloca o autor, o conhecimento se dá a partir de uma relação entre centros e periferias, reduções e ampliações. Para acessar as periferias, sem deixar os centros, o homem lança mão de técnicas, como o desenho por exemplo, e se vale também de instrumentos, como os suportes de inscrição, que no caso dos desenhos são as superfícies de papel. Imagine uma gravura feita por um pintor que viaja às Índias. Ele traz de volta consigo um desenho que representa o local para que seu rei o possa conhecer. Para carregar o exótico mundo das Índias aos olhos do rei, o viajante lança mão de uma redução, escolhendo dentre todas as características da Índia, as que considerou mais relevantes. Como não se pode levar a Índia até o rei, leva-se um mapa da Índia. A perda que requer a representação é compensada pela ampliação das possibilidades de dominação. Envolvido na paisagem, o viajante se perde na Índia. Vendo-a através do mapa, o rei acessa somente o que lhe interessa, dominando por um desenho o imenso território estrangeiro⁶⁴.

⁶⁴ Latour lança mão da metáfora do Atlas, o mito que carregava o mundo nas costas e por tamanho esforço nunca podia vê-lo. Na narrativa do autor, somente quando Atlas tomou-se o nome de uma coleção de mapas foi possível carregar o mundo com as mãos e assim dominá-lo.

Pensemos então nas reduções e amplificações que nos permitem acessar os ritmos e melodias do mundo. Para que o samba do início do século XX, por exemplo, pudesse ser gravado e transportado, foram necessárias algumas reduções. Parte delas diz respeito aos músicos e instrumentos. Sabe-se que as batucadas eram muito altas e feitas por um número grande de pessoas. No espaço acústico dos estúdios em que os sambas eram gravados, foi preciso reduzir os integrantes e enfatizar os instrumentos de melhor rendimento frente aos microfones de captação da época, que não suportavam a intensidade de algumas batucadas. Para que o samba fosse transportado por suportes de inscrição, os discos de vinil, perderam-se também todos os elementos que envolvem a sua paisagem original. Esta é a perda da aura, pela retirada da arte de seu lugar de tradição⁶⁵. Leva-se o som do samba dos terreiros, mas não se pode levar também a roda, a feijoada, a caipirinha, a alegria e os animais no quintal. Em compensação, insere-se o samba na era da reprodutibilidade técnica. Assim, massas de consumidores que sequer sabiam da existência do ritmo agora podem desfrutá-lo de suas salas de estar. Produzindo, no mesmo movimento, novos sambas, o samba canção, o samba de breque, o samba exaltação, a bossa-nova.

Essas informações colhidas em outros territórios, reduzidas a signos e transportadas por suportes de inscrição são acumuladas nos espaços que Latour chamou de "centros de cálculo". Estes seriam os laboratórios, institutos de pesquisa, bibliotecas e campos do saber onde as informações passam por procedimentos de classificação, seleção e organização. Na música, os centros de cálculo estariam na sala da direção artística das gravadoras, nas lojas de discos, nas prateleiras da sala de estar e agora também em nossos *desktops* e *ipods* (os menores, mais potentes e portáteis centros de cálculo musical que conhecemos). Destes centros de cálculo, temos acesso à músicas do mundo inteiro. Através deles se dão também as seleções das mais relevantes, as classificações por gênero e a organização das músicas segundo critérios objetivos e subjetivos.

Para o melhor funcionamento dos centros de cálculo, as inscrições precisam então ser feitas a partir de padrões que possibilitem a comparação entre elas. Ou seja, os mapas de diferentes locais precisam partir dos mesmos parâmetros para que possam ser feitas relações e sobreposições entre eles. A essa necessidade de fornecer uma forma comum às informações transportadas aos centros de cálculo, Latour sugere a categoria "coerência ótica".

⁶⁵ Referência à Walter Benjamin (BENJAMIM, 1993) comentada no capítulo I, p.29.

Assim, já que o texto procura pensar a música, é possível explorar quais as possíveis "coerências sônicas", que permitiriam escutar músicas do mundo inteiro, sem que a estranheza absoluta entre elas retirasse quaisquer referências para possíveis avaliações e comparações.

Segundo as interfaces dos DJ's atuais, entre eles os produtores do ccMixer, as batidas por minuto (bpm) seriam aquele elemento comum entre os mais diversos sons a partir dos quais se daria uma boa possibilidade de manipulação e sobreposição. Entre os gêneros, também é possível destacar várias coerências sônicas, próprias do sentido de unidade que estes entregam à classificação das músicas. No *hip hop*, por exemplo, as coerências sônicas estão no fraseado rápido e nas batidas em *looping* que permitem inclusive a incorporação dos mais diferentes estilos regionais à sua linguagem. As *mixagens* do *rap* absorvem elementos do samba, da salsa ou do *reggae* sem perder a unidade comum do gênero, ao mesmo tempo, local e global.

Como foi relatado anteriormente⁶⁶, na comunidade ccMixer, as bpm's se mostraram "coerências sônicas" insuficientes para dar unidade a contribuições tão múltiplas. Quanto aos gêneros, estes restringiriam o número de participantes e suas possíveis contribuições e as trocas do ccMixer que pretendiam ser transculturais e transgêneras. Foi assim que a adoção do formato canção tornou-se uma forma de melhorar a comunicação pela plataforma. Mas é possível apontar que o bom rendimento da canção como formato de trocas e de acesso a periférias não se restringe ao ccMixer.

Para ilustrar como a canção fornece uma unidade a músicas das mais diversas origens é pertinente remeter a um Ipod no modo *shuffle*. Ele toca em sequência uma música da cabo-verdiana Cesária Évora e outra do baiano Caetano Veloso, continua no mundo tropical pela voz do cubano Compay Segundo, recupera em seguida "Cambalache", um velho clássico da música italiana, vai à uma degradada esquina nova-iorquina do fim dos anos 70 e coloca o Ramones para tocar e finalmente chega a vez do indiano Ravi Shankar quebrar as expectativas do ouvinte e fazê-lo passar para a próxima faixa. A estranheza quanto ao indiano não é sem motivos. Sua música é longa, sem vocais, refrões ou linhas melódicas repetitivas. De todas, a única música fora do formato canção: a unidade de coerência sônica que permite acessar e comparar músicas do mundo inteiro sem perder o sentido de unidade, assim como no ccMixer, assim como em toda a história da música gravada.

⁶⁶ Ver capítulo 03, p. 115.

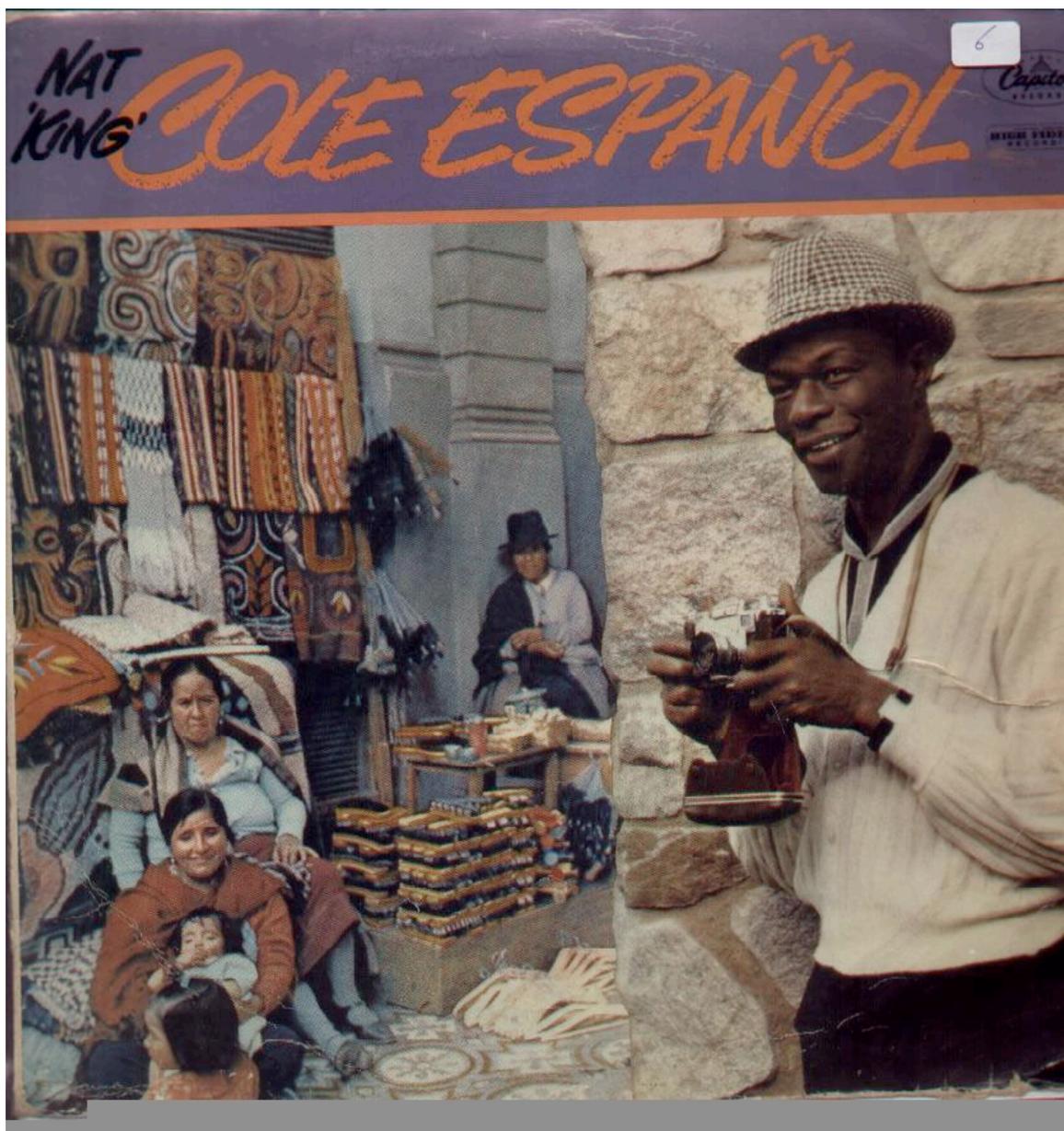
As redes da canção: entre centros e periferias

Para que se possa avançar pelas questões a que remete a canção, pode ser interessante observar com atenção a capa de um dos maiores clássicos da canção industrial americana. A foto é do álbum "Nat King Cole Canta en Español". O artista é um dos mais conhecidos *crooners* da história da música. A frente de bandas e orquestras que incluía os melhores músicos de sua gravadora, sua voz excepcional foi uma das mais conhecidas entre cancioneros da música americana.

Neste álbum, de 1956, Cole realiza uma expedição por Cuba, México e países andinos, a fim de trazer seus ritmos e sonoridades para tocar nos meios massivos americanos. A "Capitol Records" estava, àquela época, interessada em dar aos seus consumidores, ávidos por novidades, mais representações do mundo, mais ritmos, melodias e sonoridades para seus ouvidos.

A empreitada, no entanto, não era simples. Não bastava trazer bandas mexicanas para que se apresentassem nos EUA, como era de costume⁶⁷. Nem tampouco gravar suas músicas da maneira como eram executadas localmente, apenas para registro. No México, como em qualquer lugar do mundo, existem canções antigas, canções de amor, canções para embalar

⁶⁷ Vale ressaltar que trazer a banda até os EUA não diminuiu suas conformações aos formatos, tanto do palco moderno quanto dos programas de tv. Algo bem diferente da forma como essas apresentações se dão em seus locais de origem.



Capa do álbum "Nat King Cole canta en español"

bebês e canções de sucesso produzidas nas respectivas filiais das grandes indústrias fonográficas internacionais. Mas o que se pretendia não era vender o exótico, ou esperar que por intensa repetição os americanos passassem a cantar outras "Besame Mucho" e "Macarena", como até se conseguiu em alguns momentos. Para que se pagasse tamanho custo de produção, a empreitada só faria sentido se fosse bem sucedida em absorver os ritmos estrangeiros no sistema massivo da música americana, tornando possível emplacar *hits* com sabor internacional. O interesse não era pela canção ancestral, mas por sua formatação moderna.

Por todo o disco, escutamos a voz aveludada e a afinação perfeita de Nat King Cole, entoando uma mistura de inglês e espanhol com charmoso sotaque. As lindas melodias são acompanhadas de cuidadosos arranjos para a orquestra de Cole, misturando os instrumentos mais aprazíveis ao ouvido médio americano à elementos percussivos, cordas e sopros da melhor tradição musical latina. Uma obra prima de fato. Mas antes de tudo, uma relação entre conquistador e conquistado, centro e periferia.

A relação de dominação se estabelece tal qual na foto. A genialidade da capa está em sua capacidade de representar, em uma única ilustração, toda a rede de exploração das trocas culturais entre centros e periferias. O ponto de vista não é o de Cole, nem o dos índios sul-americanos. De um terceiro lugar, exterior a tais relações, é possível captá-las em toda a sua abrangência. De um lado está Cole, dividido pelo truque de um muro em plano de fundo, algo que demarca claramente uma fronteira entre ele e o resto dos personagens da foto. Cole não compartilha do ambiente e também não carrega qualquer referência tradicional, nem oferendas às mãos, é um homem metropolitano com sua câmera fotográfica. Pronto para levar o que pode da paisagem andina: imagens, artesanatos, músicas. Capturado no ato pelo fotógrafo, não olha para a câmera nem para os índios e seu sorriso oscila entre a alegria do turista e um certo constrangimento próprio dos flagrantes.

Do lado oposto estão mulheres e crianças, de muitas gerações, trajando suas vestes típicas e olhando para o observador. Do chapéu da senhora ao fundo aos adornos da garotinha em primeiro plano estão representadas todas as transformações por que passaram pelo contato com outros povos. Seus modos de vida tradicionais, seus objetos e vestes, transformados em mercadorias, são apresentados na banquinha. Panos, enfeites e utensílios não estão mais em suas crianças, nem são fabricados para atender à suas próprias necessidades. Agora são ofertados para que possam ser trocados por outros bens que já não fabricam. Talvez remédios para doenças que desconheciam, comida variada que não se encontra em seus campos mecanizados e monocultores ou até mesmo novos trajes para climas e situações que não viviam. Ou ainda, músicas para escutar em suas vitrolas, partindo-se da hipótese de que os melhores tocadores deixaram as vilas em busca de trabalho na cidade. Do outro lado, o turista Cole pode levar as tradições culturais transformadas em bens materiais. Leva *souvenirs* de pano típico, imagens enquadradas em fotografias 16:12, músicas enquadradas no formato canção e quem sabe aquela bebezinha menor, dormindo no colo da mãe, exposta em pose

frontal, como quem lembra a situação ao futuro ouvinte do disco, sob o olhar desconfiado da provável avó.

*"estás perdiendo el tiempo pensando, pensando
por lo que tú más quieras hasta cuando, hasta cuando,(...)
Siempre que te pregunto
que cuando ,como y donde
Tu siempre me respondes
Quizas, Quizas, Quizas"*

A conética e o dilema do formato

Na teoria ator-rede, desenvolvida em parte de sua obra recente, Latour atenta para a maneira como o conhecimento é produzido por uma rede em que atores humanos e não humanos poderiam ter a mesma relevância e influência em sua moldagem. Assim sendo, seria menos cabível insistir nas distinções entre o conhecimento, a cultura e as instituições e tecnologias que a produzem, do que explorar as formas como o saber, a ciência e a produção cultural, atravessados por estas instâncias e instrumentos, trariam junto aos seus procedimentos inseparáveis relações de dominação.

A explicação mais evidente para esta rede está na última ilustração do texto mencionado (LATOURE, 2005): uma foto da *war room*⁶⁸ de Winston Churchill durante a II Guerra. Deste *bunker*, o primeiro ministro inglês acessa os campos de batalha, as redes de suprimento, suas tropas e os exércitos inimigos. Sobrepondo e relacionando os mapas, Churchill traça a próxima estratégia de guerra, completando enfim uma via de mão dupla entre o observador dos mapas e o território que observa, entre reduções e ampliações, entre o centro de cálculo e as periferias que lhe interessam. À redução do mundo a signos e à

⁶⁸ Em tradução literal do autor: sala de guerra. O nome composto foi mantido no original por não haver uma tradução equivalente.

amplificação de seu entendimento segue-se o desenvolvimento de estratégias de intervenção no mesmo.

Todos estes processos estão, vistos por tal perspectiva, interligados em rede. Assim sendo, não seria adequado, como não raro acontece, separar um elemento dos demais, mas perceber suas relações. A forma como a partir de um ponto da rede se ativa toda ela. "Ao falar de livros e de signos, não esqueçamos sua 'conética'. Após quarenta anos de intertextualidade e o esplêndido isolamento do mundo dos signos, convém lembrar que os textos agem sobre o mundo, e circulam em redes práticas e instituições que nos ligam a situações" (ibidem, p. 45).

Retomando a análise do ccMixer, destaca-se que a plataforma vivia um impasse. O projeto de uma rede cooperativa de trocas de *samples* e *remixes* tinha resultados estranhos à expectativa de públicos maiores. No entanto, a fundação financiadora queria testar a possibilidade de uma rede em que a colaboração entre pares pudesse ser apresentada como uma alternativa à indústria fonográfica tradicional. Ao propor um novo regime de criação, contudo, inevitavelmente os resultados também eram novos. Entretanto, buscava-se uma avaliação do sucesso do projeto a partir de sua popularidade entre entre públicos de maneira geral. O impasse que se instaurou foi o de combinar um novo regime de produção (rede colaborativa), às expectativas de escuta de públicos educados sob uma lógica massiva.

Em comentário sobre uma experiência artística de *network arts*, semelhante ao ccMixer, a autora Cláudia Giannetti aponta para problemas também parecidos.

a dificuldade enfrentada pelo projeto de *network* não foi causada pelos problemas técnicos, mas pela falta de consciência, (...) da necessidade fundamental (...) de abandonar os individualismos e apostar numa criação partilhada. O problema estava, conseqüentemente, na aceitação de que a meta não era conseguir um produto real final, mas que a obra era a própria intercomunicação (GIANNETTI, 2006, p. 89).

Percebe-se pelo comentário que em outras plataformas, assim como no ccMixer, há uma dificuldade em reconhecer a natureza inacabada de um modelo de criação em que não se produz um produto final mas uma série de interações que remoldam constantemente o resultado. No campo da arte, as experiências de música telemática, como as de John Cage em "Imaginary Landscape n° 4", assumem uma proposta de ruptura com todos os padrões e formatos. Porém, a recepção e o envolvimento com uma obra deste tipo exige uma experiência sensorial substancialmente diversa. Já no caso do ccMixer, um projeto sem pretensões artísticas, apesar de uma linguagem de produção incomum e correlata, os resultados não

chegaram a romper completamente os padrões. Ainda eram músicos amadores, com repertórios em sua maior parte populares, tocando instrumentos recorrentes e utilizando interfaces de edição e de comunicação amplamente conhecidas. Ainda assim, as músicas produzidas não podiam ser classificadas ou avaliadas pelos parâmetros tradicionais. Pode-se dizer que careciam de coerências capazes de facilitar sua aproximação com a música tal qual se consome de modo massivo. Visto isso como um problema, chegou-se à conclusão de que não seria desejável romper com certas mediações, com algumas das formas e estruturas com as quais o mundo musical é tradicionalmente acessado. Assim, recuperou-se o formato canção.

A opção, no entanto, instaurou outro dilema: produzir uma música ao mesmo tempo aberta a manipulação e colaborativa a partir de um formato moldado no último século por uma intensa relação com o modelo industrial. Seria viável adotar a produção de canções sem incorrer em modelos de escuta estabelecidos, no *star system*, no culto a algumas vozes, alguns estilos e principalmente nos direitos do autor, do músico e do intérprete? É possível adotar um formato sem considerar sua imbricação a todas as materialidades, instituições e tradições que o envolvem? É possível trazer para o ambiente digital todo o potencial comunicativo das canções ancestrais sem evocar o último século de intensa mediação do formato pela indústria massiva?

Como se viu, a tentativa não foi possível sem recuperar imediatamente a figura dos "DJ's apresentadores" e das paradas de sucesso.

I can't help thinking about the issue of active curating for quality because of the long term implications for the open music movement. As self-appointed guardian of open music's reputation, the "only" thing at stake for my all thrashing about was CC's credibility in serious artistic circles. For a site operated by a forward thinking commercial business (not today's ccMixer) looking to create a hybrid of open content and financial income streams, the quality of the content will be paramount (STONE, 2007, p. 27).

A lógica das classificações, das hierarquias, das divisões de trabalho, dos julgamentos, dos críticos, dos *gatekeepers*, no entanto, não parece existir destituída da competição e das metas a cumprir. A concorrência entre os pares, contudo, inviabiliza todo o viés cooperativo e comunitário em que se embasou a criação da comunidade.

A dificuldade do projeto esteve em reconhecer as incorreções não como defeitos mas como singularidade da potência criativa das redes de colaboração *on-line*. Informações encontradas em fóruns e outros espaços de troca em rede nem sempre são as mais precisas, assim como fotografias de bancos de imagens *on-line* nem sempre são as mais adequadas. Tais

incorreções, no entanto, não invalidam sua importância nas trocas *on-line*, sua potência expressiva e sua utilidade prática para diversas situações. Tentar superar o estado de incompletude destas produções não parece, como colocou Giannetti (*IBIDEM*), ser tarefa das mais promissoras.

Arrisco dizer que o impasse entre colaboração e produção industrial foi um dos motivos que fizeram a fundação desistir do projeto. O controle da comunidade foi repassado em 2008 à empresa Ars Tech Media, que também controla a gravadora digital Magnatune. Os valores da venda não foram divulgados e os recursos foram destinados à fundação *Creative Commons*. O contrato exigiu que a interface permanecesse a mesma, sem a presença de anúncios publicitários, com todas as ferramentas de banco de dados e troca de *samplers* e a manutenção do perfil de cada usuário ativo. A empresa também manteve em seu conceito a insistência nas idéias de comunitarismo e colaboração entre pares. Hoje, as músicas do ccMixer são selecionadas e compiladas pela direção artística da gravadora e ofertadas para bancos de trilha, música ambiente e outros circuitos que não desejam arcar com os custos dos direitos de execução de músicas protegidas pelo *copyright*. Metade dos valores arrecadados com a venda é rateado entre os músicos que contribuíram.

Como se viu, depois de alguns anos de desenvolvimento da plataforma assumiu-se a necessidade de um agenciamento efetivo. Foi inventado então um modelo produtivo que tentou adequar a comunidade existente às expectativas mais tradicionais. A rede de colaboração passou a ser também um espaço para que músicos pudessem vender suas músicas a um agente *on-line*: a empresa controladora Ars Tech Media. Esta, por sua vez, beneficia-se de um modelo de negócio em que reduz os custos de produção, pela possibilidade de selecionar o que lhe convém a partir de uma ampla oferta. O mercado no entanto é restrito há alguns circuitos, evidenciando também que, enquanto o objetivo da plataforma era proposto pelos seus próprios integrantes, a falta de coerência não chegou a ser um problema. Quando decidiu-se por adequar a produção à uma expectativa já construída, no entanto, terminou-se por sufocar a potência do projeto.

O ccMixer funcionou muito bem como espaço de troca, de contatos, como banco de trilhas, etc. Tudo isso, no entanto já existia em outras plataformas. A insistência em criar um novo ambiente, que não fosse apenas mais uma plataforma e que rivalizasse os modelos tradicionais, terminou por moldar apenas uma gravadora de nicho. Ainda que tenha procurado profissionalizar a produção amadora, ela mostrou-se incapaz de competir em

qualidade com as indústrias tradicionais, já que lhe falta o mesmo aparato técnico e financeiro e no mesmo sentido o mesmo alcance expressivo. Na tentativa de expandir seus públicos pela criação de *podcasts*, pela curadoria de qualidade, etc., terminou por circunscrever a plataforma a um universo ainda menor. Projetar um cenário de canções e programas de rádio feitos apenas sob licença *Creative Commons*, desconsiderando-se todo o repertório e aparato de divulgação que dá alicerce ao sistema massivo, parece uma estranha utopia. Por fim, mesmo que muitos amadores tenham continuado a usar o ccMixer por suas funcionalidades iniciais, os que se engajaram na proposta criativa da empresa controladora terminaram não fazendo nem canções de sucesso, nem músicas esquisito, mas apenas trilhas, vendidas como *muzak*⁶⁹, músicas ambiente, de elevador.

Já no caso do "Radiohead Remix", o agenciamento de amadores parece ter dado conta do objetivo de alcançar grandes públicos. Isso se deu também pela visibilidade da banda e pela experiência de entretenimento que ofereceu. Mas se levarmos em conta apenas o volume de atenção que o Radiohead é capaz de gerar com qualquer gesto, deixamos de lado o modo como a banda soube articular estratégias caras à produção em rede, trazendo o desafio de explorar uma outra linguagem, própria do novo ambiente, também a partir da experimentação com sua sonoridade. Para entender como o sucesso do projeto foi possível, é preciso levar em consideração o modo como a banda encarou o desafio de usar a seu favor o inacabamento, a imperfeição e as múltiplas formatações que sua obra poderia tomar. Como última análise do trabalho, portanto, serão apresentadas algumas considerações sobre o formato e a sonoridade das músicas que a banda disponibilizou para *remix*. O objetivo é perceber o que sua linguagem tem a nos dizer sobre o contexto com que soube negociar.

3.2 Marcas sonoras e os rastros da canção

Convém lançar uma última questão a respeito do "Radiohead Remix". Se a faixa Reckoner toma as mais diversas velocidades, ritmos, combinações, o que a faz permanecer uma música do Radiohead? Não se questiona os direitos autorais no momento, mas o aspecto audível que a remete ao Radiohead. Como uma canção pode se abrir às mais diferentes

⁶⁹ Muzak é o nome da gravadora californiana que primeiro concebeu o mercado de músicas ambientes, sendo até hoje, a grande referência no setor. No site da companhia, www.muzak.com, se apresentam como uma Mídia de Humor (*mood media*) e os precursores da "ciência de como a música afeta o comportamento dos clientes".

intervenções, modulações, misturas com outros ritmos, evitando que se perca o traço de originalidade da banda? Pensemos que nos *remixes* se estabelece geralmente alguma relação de referência às músicas originais. Assim, o que faria a música do Radiohead viajar aos mais diferentes ambientes e redes sociais, fora inclusive do concurso "Radiohead Remix", aceitando diversas formas de intervenção e ainda assim, ao se escutar o baixo ou a bateria fosse possível reconhecer sua origem na faixa "Reckoner"?

Arrisca-se supôr que o Radiohead tenha desenvolvido sua própria "marca sonora". O conceito remete a Murray Schafer (1977), o seminal estudioso das paisagens sonoras. As marcas sonoras para Schafer, estão ligadas a locais específicos, cada qual possuidor de seus próprios sons. Segundo seu projeto de afinação do mundo, estes elementos sonoros distintos deveriam ser preservados por carregarem significados importantes, que remetem à sua origem no espaço e também pelo bem estar proporcionado por um ambiente acústico harmônico e despoluído.

Trazendo o conceito de Schaffer para a música, quer-se referir às identidades sonoras particulares, específicas, que podem ser apontadas enquanto se escuta uma música. Os estúdios, por exemplo, são espaços acústicos únicos. Ainda que uma forte padronização dos equipamentos profissionais e das técnicas de equalização invistam na direção contrária, alguns destes constróem e preservam suas próprias marcas, identidades. Na Jamaica, uma cultura particular de produção em estúdio atraiu algumas das bandas mais reconhecidas do mundo⁷⁰, interessadas em gravações que imprimissem uma sonoridade *dub* a seus projetos. Roling Stones, Eric Clapton e mais recentemente Amy Whinehouse e Rihanna foram alguns dos que se deslocaram até a ilha caribenha em busca de um som que não se encontraria em outras partes do mundo.

Ampliando o conceito de Schafer, o que se chama de marcas sonoras musicais não está necessariamente ligado a um local, mas também pode ser reproduzido nos instrumentos, nos aparelhos, nos suportes, assim como nas vozes. As guitarras Les Paul, por muito tempo foram tocadas somente pelo seu inventor de mesmo nome. A sonoridade única que conseguiu ao acoplar um captador de fonógrafo ao instrumento lhe garantiu convites para se apresentar com os mais diferentes músicos do *country* ao *jazz*, como o próprio King Cole. Somente em meados dos anos 60, vinte anos depois de sua invenção, Les Paul acertou uma parceria com a fábrica Gibson e passou a produzir seu instrumento em série, explorando a consolidação de

⁷⁰ Como os Roling Stones e Eric Clapton.

sua marca sonora. Desde então, qualquer ouvido pobremente treinado para o *rock* sabe se é uma Les Paul que está sendo tocada, algo que não se daria com outras guitarras. Há também uma discussão recorrente sobre quais, entre os grandes guitarristas a usar a Les Paul, desenvolveram seu próprio estilo. A Les Paul de Jimmi Page não soa como a de Erick Clapton e ainda assim ambas remetem ao clássico instrumento.

Na banda Nação Zumbi, não é um único instrumento ou timbre que produz uma marca e sim uma combinação destes, um arranjo singular de músicos. Qualquer banda que unir tambores às guitarras do *rock* e a uma série de equipamentos eletrônicos e digitais terá seu som comparado ao dos pernambucanos. E essa comparação nem sempre é evitada. Há muitas bandas que querem soar Nirvana, DJ's que querem soar Afrika Bambaata, músicas que querem soar "década de 30" e novos grupos que querem a sonoridade dos "Novos Baianos".

O que se quer enfatizar com uma lista de possíveis marcas sonoras é que boa parte destas já não pertence a um músico, uma cena ou estúdio específico e tornaram-se elementos que fazem parte da composição de diversas outras músicas. Na composição por montagem o trabalho está na síntese de diversos sons, muitos deles rementado a uma série de significados particulares. Na escuta da música *pop* atual, a síntese da montagem é seguida da análise, a dissecação dos elementos da música para sua interpretação.

O conhecimento sobre o *pop* em geral requer um repertório por parte do receptor que o permita fazer as associações de significados que o compositor propõe. Esse universo semiótico a que algumas marcas remetem é alimentado também pelo jornalismo musical, que se encarrega de produzir informações a respeito desses elementos. Na mídia especializada, sempre há novas informações, reportagens, documentários, sobre o processo de composição de um álbum, a fabricação de um instrumento ou a atmosfera de uma cena musical. Cada dado exposto remete a elementos das canções *pop* em geral.

Curiosamente, até mesmo a revista eletrônica dominical Fantástico⁷¹, que trata de assuntos com grande apelo massivo, deu importância a um som particular que esteve presente em diversas músicas *pop*, tanto quanto em *remixes* amadores no Youtube. Na edição de 17 de outubro de 2010, o Fantástico apresenta o *plug-in* Autotune. O pequeno *software*, que pode ser usado em diversos programas de edição de som, permite que uma voz falada ou cantada possa ser recombinada com qualquer outro material sonoro transformado-se em música com notas afinadas. Interessante é que o programa televisivo apresenta o *software* a partir dos

⁷¹ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=uTf9NronIEo>. Acessado em Julho de 2012.

produtores caseiros Gregory Brothers, que ganharam notoriedade mundial ao se apropriarem de notícias de jornal televisivo transformando-as em músicas - com auxílio do Autotune. A apropriação e o *remix* de notícias, que encara o ambiente midiático em geral como matéria prima para composição de músicas, divide a atenção da reportagem com explicações técnicas sobre como o Autotune é capaz de produzir seu efeito sonoro característico.

O mercado de sonoridades

Stravinski disse uma vez que "bons compositores pegam emprestado, grandes compositores roubam". Na visão irônica do maestro russo, toda criação, de alguma forma, partiria de um roubo. A medida da capacidade artística estaria então na habilidade de disfarçar o ato. No contexto atual, no entanto, a assertiva de Stravinski encontra limites. Para a criação *remix* "pegar emprestado" faz parte do processo de criação, independentemente dos juízos de valor. Há de se considerar que boa parte dos empréstimos e colagens resultam em pastiches musicais, como bandas que buscam uma sonoridade ligada a um gênero, época ou cena específica sem compartilhar do contexto que produziu tais sons. Para Harvey (HARVEY, 2003), a colagem e o pastiche caracterizam a condição pós-moderna da expressão criativa contermporânea.

Interessante é que, assumindo o contexto pós-moderno de sua atuação, o Radiohead não investe no dilema entre pegar emprestado ou roubar, mas na vontade de emprestar seus sons às mais diferentes versões. Na revista Rolling Stone de maio de 2012, a apresentação do álbum "King of Limbs", lançado após a experiência do "Radiohead Remix", fica claro que o trabalho da banda tem procurado remeter a esse universo de produção

"Este é um trabalho em andamento, essa é a parte que eu gosto (...) Não queríamos pegar as guitarras e escrever sequências de acordes", comenta Jonnuy, sentado em um café de Londres, perto dos estúdios de Abey Road, onde o Radiohead gravou parte do seu segundo álbum, "The Bends", de 1995. "Também não queríamos sentar diante de um computador. Queríamos uma terceira coisa, que envolvia tocar e programar" (...) jamais poderíamos ter criado o que estamos fazendo agora, ao vivo, se não tivéssemos sentado na frente de *turntables* e *samplers*, montado o disco nesse método. Ele jamais teria se transformado nessa coisa dinâmica".

Quando o Radiohead libera os canais de áudio separadamente, facilitando sua recombinação, a música não parece encerrar-se em si mesma, mas se abrir a outras formas e convidar à mistura com outros elementos. A estratégia do Radiohead e de outras bandas que experimentam nessa direção parece ser a de não esperar que sua música seja *sampleada* e *remixada* ao acaso, mas de provocar essas reapropriações. Com isso, buscam também afirmar a posição da banda como uma criadora original que, em um universo tomado por composições a partir de referências, se coloca ela própria como detentora de marcas únicas, que não remetem a outra banda mas a ela mesma.



Sampler digital: a interface facilita a colagem e a intervenção ao vivo em sons pré-gravados.

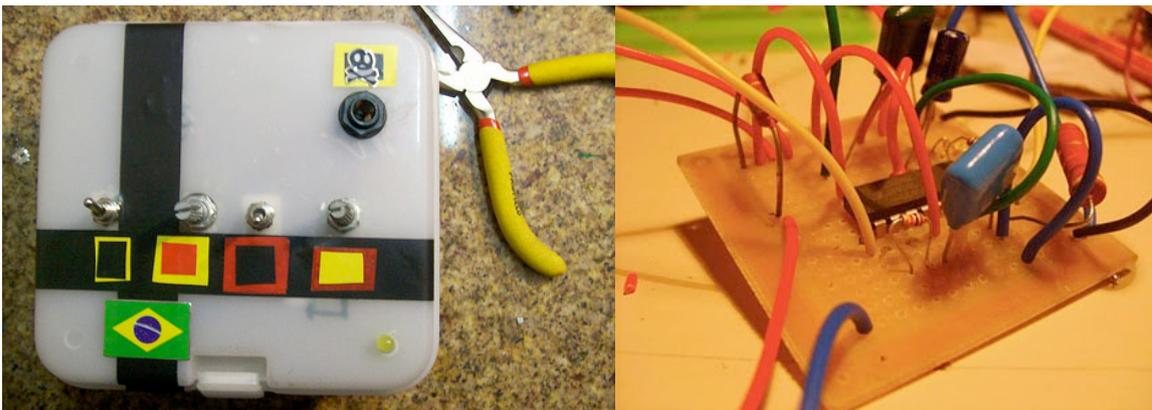
O inacabamento, a imperfeição, a negação a um formato final abrem a canção para que esta possa tomar os mais diversos moldes, assumindo a imprevisibilidade como forma de composição. No processo criativo da banda, a abertura do formato à novas versões, ao *remix*, é pensado já na concepção de seus elementos sonoros. O inacabamento e o convite à modificação foram traços essenciais para se pensar o álbum, como evidencia o artigo da Rolling Stone.

Amava aquele disco [OK Computer, primeiro álbum da banda], mas a idéia de ficar preso com aquelas músicas por um ano e meio, no mesmo formato, sem mudança nem nada - lutei contra isso. Acabávamos um música e eu ficava lá, congelado. (...)Desde *Ok Computer*, Yorke persistentemente lutou para aumentar a distância entre sua banda (e a instrumentação costumeira) e a típica gravação de rock. "Falei sem parar sobre isso enquanto fazíamos *In Rainbows*, diz. "Era uma frustração constante o fato de irmos na direção oposta." *The King of Limbs* é a realização do sonho do Yorke de aprendiz de DJ: fundamentos do rock totalmente transformados pela eletrônica. As partes de bateria, baixo e guitarra são *samples*, tocados individualmente pelos membros do Radiohead, depois manipulados, montados em *loop* e montados em faixas moldadas pelas melodias tipo devaneio de Yorke e letras em estilo poesia haiku,, "Lotus Flower", "Codex", "Give up the Ghost" flutuam e pulsam mais como sugestões do que músicas, murmúrios exóticos sem pressa de se tornar declarações.

A posição privilegiada do grupo no universo *pop* e seu alcance massivo também contribuem para que a iniciativa, que não é particularmente nova, ganhe uma dimensão amplificada. Diferente dos discos de vinil para DJ⁷² e das comunidades amadoras que disponibilizam canais de áudio, o aparato de divulgação e o reconhecimento da banda no cenário *pop* mundial potencializam a capacidade de transformar seus elementos sonoros em marcas. Isso evidentemente contribui para que se espalhem por diferentes espaços onde talvez não fossem executadas no formato canção original.

No entanto, as práticas de exploração sonora, de investigação de timbres e criação de sonoridades não são privilégios dos grandes grupos, mas parte de uma rede de interessados em novos sons que alimentam um amplo mercado de sonoridades. Equipamentos para DJs requerem novidades e diversidades constantes e estimulam a inovação e o consumo de novos

⁷² ver em capítulo 01, p.48.



Circuit Bending: aparelhos experimentais de interferência em sinal sonoro. fonte: Azucrina Records

sons. Pequenas iniciativas artísticas e amadoras também buscam inventar seus sons únicos, ao invés de apenas trabalhar com os equipamentos pré-programados. Nesse sentido, são interessantíssimas as práticas de *circuit bending*, que eliminam as interfaces gráficas e, a partir de conhecimentos básicos de eletrônica e *hardware*, abrem aparelhos descartados, extraindo novos sons e possibilidades de uso diretamente da reestruturação de *transistors* e *microchips*. Suas criações não deixam de fazer parte do ambiente de interessados em sons singulares, marcas e identidades próprias, que possam afirmar sua autenticidade sonora diante da abundante oferta e conseqüente repetição. Os *circuit bendings* também arriscam a experimentação de possíveis versões fabricadas em série, assim como Les Paul o fez com sua guitarra amplificada por um captador de fonógrafo.

A exploração sonora sem uma relação direta com as estruturas musicais recorrentes está presente também na cena *noise*, um movimento musical que dialoga com todo esse universo de sonoridades, porém investe em uma perspectiva que contrasta com as propostas mais comuns. O *noise* atenta contra os limites do corpo e sua capacidade de aguentar frequências, volumes e timbres a que a escuta humana não está acostumada. A agressividade dos apelos corpóreos que o som dos aparelhos do *noise* são capazes de provocar remetem ao lado tátil da recepção sonora, à sua intereferência também na pele e nos ossos. Assim como os graves do *funk* e da eletrônica, que incitam uma fruição além da escuta (PEREIRA e CASTANHEIRA, 2009). Algo que não remete à interpretação mas à afetação e envolvimento de mais sentidos. O *noise* segue outros caminhos para a o universo de experimentação sonora, recusando os elementos tradicionais da canção e da escuta educada, como o ritmo, a melodia e o arranjo, e também a referência e a intertextualidade.

Para finalizar o trabalho, apresenta-se uma última experiência musical que trabalha os elementos tecnológicos, o envolvimento dos corpos, a incorporação dos ambientes e contextos e a experimentação sonora, apontando para um outro caminho de investigação estética. O projeto "Sonic City" pesquisa interfaces biométricas e mídias locativas, criando dispositivos que acionam a execução de *loopings* pré-gravados a partir de instruções como batimentos cardíacos e coordenadas de deslocamento geográfico. Dentre a série de questões que o "Sonic City" provoca, podemos sugerir a incorporação de mais possibilidades para os processos de dissolução dos formatos acabados, deslocando a música do universo dos instrumentos e das interfaces de programação. O projeto avança na investigação artística de composições modularizáveis, que se integram ao ambiente. No experimento, não se pode precisar onde está a influência da paisagem, do corpo, do espaço, da velocidade, da excitação, das músicas e dos sons pré-gravados. O resultado sonoro só pode ser entediado pela interação entre os elementos.

Noise e "Sonic City" atravessam sutilmente as questões articuladas no trabalho. Ambas expressões foram expostas no fim para que fique evidente como as interações entre músicas, tecnologias e ambientes midiáticos não se encerram nos objetos da pesquisa. É preciso manter a abertura para o que está por vir. O amador e o *remix* foram os traços mais marcantes do momento capturado e escrutinado com maior dedicação. O DJ, o produtor caseiro, a recombinação e todas as questões que estes atores trouxeram para a ética e a estética da música marcaram a primeira década do século XXI. As discussões em torno do livre compartilhamento, do direito autoral e da liberdade de apropriação certamente foram lançadas de maneira definitiva, ainda que não haja uma conclusão para tais processos. É preciso sempre reafirmar o que já foi construído e expandir as fronteiras da liberdade de comunicação. Outras questões continuam a surgir na música e no campo sonoro, seja pela cultura popular, pelo mercado ou pela arte. Como na capoeira, o ritmo é ditado pelo gunga e este muda de mãos ao sabor da roda.



Sonic city: dispositivo sonoro integra música, paisagem e corpo

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em fascinante viagem pelo tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir, o autor Siegfried Zielinski (2006) vai em busca de experiências que, impulsionadas pela emergência de novas técnicas, foram ousadas por criadores de seu tempo. Desenterrando formas de mídia que nunca vieram à tona ou que ficaram esquecidas, Zielinski capta o momento em que novidades tecnológicas estimulam uma corrida criativa entre inventores e artistas ao redor do mundo. O autor evidencia o modo como a consolidação de modelos midiáticos é resultado de um processo dinâmico de interação e concorrência entre diferentes idéias. Sua arqueologia das mídias recupera tentativas que falharam ou que depois de súbito sucesso encontraram problemas sem saída e ficaram soterradas no limbo da história. Zielinski toma as falhas como indicadores importantes. Para ele, os motivos que levam uma aplicação tecnológica a emergir, tanto quanto não alcançar aceitação, dizem muito não só a respeito de suas possibilidades técnicas, mas também do modo como o desenvolvimento de uma mídia é carregado pelo imaginário, pelas expectativas e costumes que pairam no tempo e espaço de seu uso.

No decorrer da pesquisa, o *ccMixer*, teve uma trajetória em parábola, como a de objetos que Zielinski pesquisou. A plataforma teve um início de grande apelo midiático, seguido de alguma consolidação e por fim perdeu o fôlego de seus primeiros anos. A experiência inspirou outros projetos semelhantes, como o *Radiohead Remix*. A atenção dedicada a ambos, no entanto, não foi motivada pelo entusiasmo quanto às suas idéias, nem por qualquer fé quanto a consolidação de seus modelos. Buscou-se deixar claro que estes objetos interessaram menos por seus resultados que pela rede que evocaram. Os projetos de *remix*, tal qual os de Zielinski, tornam-se válidos também pelo que têm de anacrônico e de falho.

Na corrida pela nova grande idéia, que permeia desejos e publicidades, talvez este trabalho não sirva de imediato. Ainda assim, a partir deste objetos insignificantes para a história da música de maneira geral estão expostas algumas questões diretamente ligadas ao ambiente midiático contemporâneo. Zielinski foi em busca de um tempo remoto para entender a relação das mídias com o o ambiente social. Em perspectiva semelhante, o escritor de ficção científica Bruce Sterling comanda um projeto chamado *Dead Media*, uma espécie de museu contra o esquecimento de mídias falhas. Este trabalho pode ser visto também como uma pequena contribuição a esse universo de mídias esquecidas. Sua especificidade é que se tratam de tentativas bem recentes. Se levarmos em conta que em 2004 o *ccMixer* teve grande

repercussão em meio a uma série de novidades chamadas de web 2.0 e que o “ Radiohead Remix” é ainda mais novo, não seria pertinente soterrá-los no limbo da história sem antes percebermos um pouco mais o que têm a dizer sobre o contexto atual.

É certo que as questões que evocam, seja de autoria, de modelos de exploração do mercado musical ou de reconfiguração da linguagem *remix* não se encerram nestes objetos. Como procuramos perceber por uma pequena incursão no universo da música, estes processos não têm início, meio e fim. As interações são constantes. Dois modelos semelhantes de exploração da música não são capazes de mudar costumes, leis, expectativas e repertórios. Mas ainda assim, lançam seus desafios e de alguma forma interagem e provocam o social.

A linguagem das redes é um tema em aberto. Negociamos constantemente os formatos para este ambiente. Talvez por isso valha a pena se dedicar a investigar um pouco mais pequenos objetos como estes. Da mesma forma, a opção pela música é uma afirmação de que o campo sonoro também tem muito a dizer sobre as mídias, tão comumente associadas ao visual. Muitas vezes, o que está difícil de se ver na paisagem pode ser percebido se fecharmos os olhos e escutarmos com atenção.

BIBLIOGRAFIA

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER. *Industria Cultural e Sociedade*. São Paulo. Paz e Terra, 2002.

ATTALI, Jacques. *Noise: The political economy of music* Minneapolis: University of Minnesota Press, 1985.

BARTHES, R. *A morte do autor*. In: O rumor da língua. Trad.: Mario Laranjeira. São Paulo: Brasiliense, 1988. p.67-70.

BATESON, Gregory. *Mente e Natureza*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1986.

BENJAMIN, Walter. "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica". In: *Obras escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política.*, Vol.1. São Paulo: Brasiliense, 1993.

BOLTER, Jay David & GRUSIN, R. *Remediation: Understanding New Media*. Massachussets: MIT Press, 2000.

BISSOLI, M. (2004). *Caixa preta: samba e identidade nacional na era Vargas - impacto do samba na formação da identidade na sociedade industrial 1916-1945 - São Paulo, Doutorado, FFLCH-USP*.

BRAND, Stewart. *The Media Lab: Inventing the Future*. Massachussets: MIT Press, 1987

BUSH, Vannevar. *As we may think*. The Atlantic Monthly, julho de 1945. Disponível em: <http://www.georgetown.edu/faculty/jod/texts/vannevar.bush.html>. Coletado em: 15/04/04.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Vol 1: a sociedade em rede. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 698 p.

CORBIN, Alain. "The auditory markers of the village". In: *The auditory culture reader*. Bull and Les Back. Oxford Berg Pub, 2003. Pg 117-126

ECO, Umberto. *Obra aberta*. São Paulo : Perspectiva, 1968

_____. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo : Perspectiva, 1979

FLUSSER, Villém. *O mundo codificado*. Sao Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, M., *O que é um autor?* Lisboa, Vega, 1992.

GIANNETTI, Cláudia. *Estética Digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia*. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.

- GIBSON, William. *Neuromancer*. São Paulo: Aleph, 2003.
- GUMBRETTCH, Hans Ulrich. *Corpo e Forma*. Ensaios para uma crítica não-hermenêutica. Org: João César de Castro Rocha. Rio de Janeiro, EDUERJ, 1998.
- HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola, 1993.
- HAVELOCK, Eric A. *Preface to Plato*. Cambridge, Massachusetts; London: The Belknap Press, Harvard University, 1963.
- JAMESON, Frederic. *Pós-Modernismo - A lógica cultural do capitalismo tardio*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1997.
- JENKINS Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York: University Press, 2006.
- JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- KATZ, Mark. *Capturing Sound: How technology has changed music*. Berkeley: University of California Press, 2004.
- KITLER, Friederich. *Gramophone, Film, Typewriter*. Stanford: Stanford Press, 1999.
- LATOURE, Bruno. “Redes que a razão desconhece”. In: Andre Parente. *Tramas da rede - Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da cognição*. Ed. Sulina, Porto Alegre, 2005.
- KOLLOCK, Peter. *The economies of online cooperation*. Gifts and public goods in cyberspace. In: Marc A. Smith e Peter Kollock. *Communities in Cyberspace*. Londres: Routledge, 1999.
- LAZZARATTO, Maurizio. *As Revoluções do Capitalismo*. Civilização Brasileira. Rio de Janeiro: 2006.
- LEMONS, A., Cibercultura. *Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- _____. “Ciber-Cultura Remix”. In: Seminário “Sentidos e Processos”. São Paulo: Centro Itaú Cultural, agosto de 2005.
- LESSIG, Lawrence. *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*. New York: Random House, 2001.
- _____. *Free Culture - How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. The Penguin Press: New York, 2004.
- LÈVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- _____. *As Tecnologias da Inteligência*. RJ: editora 34, 2000.

McLUHAN, Marshall. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press, 1962.

_____. *Understanding media: the extensions of man*. New York: The New American Library, 1964.

_____. FIORE, Q. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books, 1967.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Massachusetts: MIT Press, 2001.

_____. Remix and remixability, Nettime, <<http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-0511/msg00060.html>>. disponível desde julho de 2005.

MARKOFF, J. *What the Dormouse Said: How the Sixties Counterculture Shaped the Personal Computer Industry*. New York: Viking, 2005

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. *Império*. Ed. Record, Rio de Janeiro, 2000.

O'REILLY, Tim. *What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O'Reilly Publishing, 2005.

PEREIRA, Vinicius. *Consciência e Memória como objetos da comunicação: o approach de Marshall McLuhan*. Porto Alegre: Revista Famecos, julho de 2004.

_____ e CASTANHEIRA, José Claudio, “Mais Grave! : Como as tecnologias midiáticas afetam as sensorialidades auditivas e os códigos sonoros contemporâneos”. Trabalho apresentado ao GT “Comunicações e Cibercultura”, do XVIII Encontro da Compôs, na PUC-MG, Belo Horizonte, junho 2009.

PASQUINELLI, Matteo. *Animal spirits: A bestiary of the commons*. Rotterdam: NAI Publishers/Institute of Network Cultures, 2008.

RAYMOND, Eric S. *The Cathedral & the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2001

RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Harper Perennial, 1994.

SÁ, Simone Pereira. “A música na era de suas tecnologias de reprodução”. In: XV Encontro da COMPÓS. Anais. Bauru: UNESP, 2006b.

SCHAFER, Raymond Murray. *The Soundscape. Our Sonic Environment and the Tuning of the World*. Rochester, VA: Destiny Books, 1994 [1977].

STERNE, Jonathan. *The audible past. Cultural origins of sound reproduction*. Durham and London, UK: Duke University Press, 2003.

STONE, Victor. ccMixter A Memoir. Fourstones. 2009

WINTRHROP-YOUNG, G. & GANE, N. Friedrich Kittler: An introduction. *Theory, Culture & Society*, 23, 5-16, 2006.

THEBERGÉ, Paul. Ethnic Sounds: The Economy and Discourse of World Music Sampling. In: *Music and Technoculture*. Org: René T. A. Lysloff, Leslie C. Gay. Middletown, Coneticut: Wesleyan University Press, 2003.

TURING, Alan M. Computability and-definability. London: *Journal of Symbolic Logic*, 1937.

TURNER, Fred. From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism. Chicago: University of Chicago Press, 2006

YOUNGBLOOD, Gene. *Expanded Cinema*. New York: E.P. Dutton & Co., Inc., 1970.

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