

Cyberhoods e a emissão musical contemporâneaⁱ

*Ticiano Paludo*ⁱⁱ

Resumo: Neste ensaio, estabeleço relações entre a fábula de Robin Hood, o Feudalismo, a cibercultura e o pólo emissor musical no contexto da música distribuída on-line.

Abstract: In this essay, I establish relations between Robin Hood's fable, feudalism, cyberculture and the musical emission online.

Palavras-chave: Cibercultura, Música, Emissão

Key-words: Cyberculture, Music, Emission

Neste ensaio, quero propor uma reflexão sobre a democracia proporcionada pela cibercultura para o pólo emissor da música, apontando lados positivos e negativos. Farei essa análise utilizando autores da escola francesa (principalmente Pierre Lévy, 1996), anotações de aula do Juremir Machado da Silva e questões levantadas pelo pensador André Lemos (2004) – que tem apresentado reflexões pertinentes sobre o ciberespaço. Me aproprio, também, da fábula de *Robin Hood*, estabelecendo conexões entre ela e atores sociais identificados neste contexto.

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

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

de inteligência coletiva, uma espécie de ligação viva que funciona como uma memória, ou consciência comum.” (LÉVY, 1996: 113-114)

Quando me refiro ao pólo emissor da música (ou emissores musicais), devemos entendê-lo como todo e qualquer artista (amador ou profissional) que produz música e utiliza qualquer meio disponível para fazer com que sua obra circule. O termo “circulação” é amplamente utilizado por diversos autores nos dias atuais (devemos lembrar que até alguns anos atrás, a circulação era chamada comumente de difusão). Existem diversas correntes que defendem a internet e o ciberespaço como centros livres de circulação. No entanto, para outros autores, esta democracia é parcial (e, em alguns casos mais extremos, nula ou pouco relevante), como veremos mais adiante.

As vitrines virtuais são tão amplas quanto a diversidade de conteúdo e informação que circula no ciberespaço. Existem megaportais como o Myspaceⁱⁱⁱ onde é possível criar páginas pessoais de artistas (novatos, emergentes ou consagrados) ou simplesmente páginas de usuários ouvintes. As interfaces de criação e inserção de conteúdo são relativamente amistosas – dispensando um conhecimento aprofundado sobre programação de computadores. Porém, aqui começa a aparecer um problema que pode passar despercebido a um olhar mais desatento: inserir conteúdo não significa comunicar. O fato de um artista novato criar uma página no Myspace não implica diretamente a audição massiva de sua obra musical. Por outro lado, se este artista figurar como atração de um programa de TV aberta, sua obra será ouvida (recebida) por um número considerável de pessoas.

Sob uma ótica positivista, a virtualização dos meios de produção necessários para gerar-se música vem contribuindo significativamente para a democratização da elaboração e criação musical. Até a década de 1990, produzir um álbum musical com qualidade técnica exigia um investimento considerável (entenda-se, aqui, que este investimento refere-se apenas à questão da produção da matriz desse álbum, e não de suas cópias ou marketing promocional de lançamento). O tempo médio gasto para a produção de um álbum é de 150 horas de estúdio. O valor da hora de estúdio profissional nos anos 90 girava um torno de R\$ 250,00 (duzentos e cinquenta reais). Assim, só em horas de estúdio, um artista teria de investir R\$ 37.500,00. Atualmente, com o advento dos chamados home-estúdios, este custo caiu consideravelmente. Hoje, uma placa de áudio profissional não custa mais do que R\$ 1.000,00. Os softwares de produção emulam as funções reais de um estúdio real, transformando o computador em um estúdio virtual. Existem sites como o Magesy^{iv} nos quais é possível baixar e instalar cópias piratas dos softwares de áudio mais sofisticados. Desse

modo, o artista pode produzir o seu material musical em casa, com qualidade, para posteriormente inseri-lo no ciberespaço.

Mas o que seriam exatamente estas ferramentas virtuais utilizadas na produção musical contemporânea? Primeiro, é importante lembrar que a criação musical atual padece de uma certa aflição criativa: é possível criar um estilo musical totalmente novo? Através de uma análise histórica, podemos observar traços que ajudam a compreender os alicerces da nova música vanguardista e inventiva. A música concreta produzida no início do século passado já utilizava a técnica do recorte e colagem e da releitura das obras, técnica essa que foi explorada pela *Pop Art* de Andy Warhol na década de 1960 e reciclada nos anos 2000. Os anos 1990 marcaram a explosão de duas ferramentas imprescindíveis para a música: a massificação do *sampler* e da linguagem Midi.

Wisnik explica essas ferramentas:

“Os sintetizadores se refinaram e se massificaram. Suas derivações mais recentes, os samplers, são aparelhos que podem converter qualquer som gravado em matriz de múltiplas transformações operáveis pelo teclado (seja a voz de qualquer pessoa, o pio de um pássaro, uma tampa de panela...). O sampler registra, analisa, transforma e reproduz ondas sonoras de todo tipo, e superou de vez a já velha polêmica inicial entre a música concreta e a eletrônica (pois num estado tal de produção de simulacros diluiu-se a oposição entre o gravado e o sintetizado, o som real e o inventado). O objeto sonoro é o ruído que se reproduz em toda parte, além de passar por um processo sem precedentes de rastreamento e manipulação laboratorial das suas mais ínfimas texturas (gravado, decomposto, distorcido, filtrado, invertido, construído, mixado).” (Wisnik, 1999: p. 47-48). “Um sampler é um instrumento que grava sons. Quaisquer sons. Um ruído, uma palavra. E do mesmo modo que uma vitrola pode tocar um disco em 33 ou 78 rotações, o sampler pode ler em várias velocidades o som gravado dentro dele. Cada nota do teclado corresponde a uma velocidade de leitura. Cada nota do teclado pode acionar um timbre ou um som diferente. Um sampler permite fazer *loops*: repetir indefinidamente um som ou parte dele. Um seqüenciador é um tipo de programa de computador por meio do qual podemos gravar e transmitir instruções como esta: toque tal nota em tal instante com tal intensidade e tal duração (partituras inteiras são injetadas nele). O computador envia essas instruções para um sintetizador ou um sampler, que as executam com o som (o timbre) que estiver programado. Uma mesma instrução pode ser parcial ou integralmente alterada. Você pode ter um timbre de piano executando uma sonata, e apenas graves soando como um contrabaixo. As mesmas notas poderão ser executadas com outros timbres: de vozes corais, de flautas, de cordas, etc. A possibilidade de alteração e combinação de múltiplos timbres sobre uma mesma seqüência de notas permite desenvolver arranjos.” (WISNIK, 1999: 259) (grifo do autor)

Após as considerações de Wisnik, podemos pensar a democratização dos instrumentos produtivos partindo de um exemplo ilustrativo: imagine um músico que possui um home-estúdio e deseja utilizar um piano de cauda em uma canção. No entanto, ele não dispõe deste piano, quer seja pelo custo elevado do instrumento, ou por questões físicas de falta de espaço para acomodar o instrumento em sua casa.

Através da utilização do *sampler* e da linguagem Midi (que permite que computadores

controle dispositivos musicais externos ou que estes sejam utilizados como interface de programação musical), ele pode “carregar” no *sampler* amostras de som de um piano de cauda real e gravar uma execução simulada (programada através de seqüenciadores via linguagem Midi) que possivelmente só será percebida como simulação por ouvidos mais apurados.

Para o ouvinte comum, o músico emissor realmente tocou um piano de cauda. Sejam estas amostras pirateadas ou adquiridas de forma legal, o músico – que antes não poderia executar tal tarefa de acordo com as limitações descritas anteriormente – vê diante de si a possibilidade de superar as limitações físico-econômicas com a utilização do piano virtualizado (mesmo que compre as amostras de forma legal, seu custo é bem inferior ao de um piano real). Sob este olhar, realmente ocorreu uma democratização positiva.

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

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

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

Sob o aspecto técnico, realmente nos parece que a cibercultura e a informática contribuíram de forma positiva para alavancar a produção musical. No entanto, no momento em que todos se tornam emissores potenciais, ocorre um problema profundo na construção do imaginário que cerca a carreira musical.

Em 1998, durante a realização de minha monografia de graduação, analisei a construção do mito no mercado fonográfico^v. Mito e música possuem uma relação estreita de proximidade. O artista é idolatrado pelo público, pois, assim como os super-heróis, está além do humano. No caso do mito, podemos observar de forma análoga, o que ocorre com os astros da música *pop*: o artista assume uma imagem mítica, poderosa; o palco se converte em um altar de adoração; os shows num ritual de celebração e contemplação de mão dupla, ou seja, celebração do ídolo e celebração da

própria vida do público. A troca de energias entre público e artista reforça esse conceito de cerimônia. Mas, como aponta Baudrillard, a liberação do pólo emissor pode enfraquecer e até destruir o mito:

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

Um problema que fica evidente aqui é o desaparecimento do jogo de sedução entre artista e público. No momento em que emissores e receptores possuem o mesmo “poder de interação e alteração”, quando o público “sobe ao palco” para fazer parte do espetáculo, a ilusão mítica se fragiliza e, conseqüentemente, o artista perde a sua força, como se o Superman se convertesse em definitivo em Clark Kent^{vi}, ou, em efeito inverso, como se todos agora fossem o Superman. Em “*A Sociedade do Espetáculo*”, Guy Debord aponta o modelo de espectador ideal adotado pelas grandes gravadoras: “O espectador é suposto ignorante de tudo, não merecedor de nada. Quem fica sempre olhando, para saber o que vem depois, nunca age: assim deve ser o bom espectador.” (DEBORD, 2000: 183)

Se o espectador do ciberespaço deixou de ser passivo (lembrando que esta passividade é questionável, típica do intelectual burguês) e, inclusive, assumiu o papel de emissor (papel este que antes pertencia apenas ao artista, às grandes gravadoras e aos meios de comunicação de massa), isto pode implicar – numa leitura crítica – a morte do artista.

Esta questão da morte do artista é relevante e serve como exemplo de um lado negativo da era digital. De fato, hoje os artistas que mais sofrem com isso são aqueles que se encontram em processo construtivo de sua carreira. Não devemos, assim, fechar os olhos para este sintoma questionador da perda de forças do mito. Há pouco tempo, o mercado fonográfico estava dividido basicamente em dois pólos distintos: *mainstream* e *underground*.

No primeiro pólo, inseriam-se aqueles artistas com contrato assinado com grandes gravadoras e que contavam com um bom investimento de verbas para promoção e circulação, figurando freqüentemente como atração em veículos tradicionais de comunicação de massa (rádio, TV, jornal e revista). No segundo patamar, estavam os artistas contratados por pequenas gravadoras (também conhecidas como selos) ou até sem contrato algum de gravação e que, normalmente, não tinham espaço algum na mídia tradicional (exceto por esporádicas aparições – de certo modo insignificantes para o processo construtivo de sua identidade mítica). Com a web, todos agora

ocupam o mesmo espaço: o do virtual.

Porém, o artista *mainstream* já construiu a identidade mítica utilizando-se dos meios persuasivos e marqueteiros adotados pela indústria fonográfica, através de estratégias cuidadosamente elaboradas por equipes especializadas nesta construção. Deste modo, sua inserção na cibercultura é vista como aproximação positiva por parte do público (artista e público mais próximos), e não como demérito. Já o artista novato emergente tem dificuldade de realizar essa passagem do plano comum (onde encontra-se o ouvinte receptor) para o plano mítico (no qual habitam as estrelas).

A própria indústria fonográfica sente na pele o enfraquecimento de um modelo de negócio que perdurou firme por décadas e agora agoniza em crise. Artistas do porte de Madonna estão abandonando as *majors* (grandes gravadoras) e lançando seus trabalhos de forma “independente”.

Tomando um exemplo nacional, Marisa Monte sempre foi responsável pelo controle e gerenciamento de sua produção artística. Aliás, o termo independente foi colocado entre aspas, pois me parece mera ficção. Explico: de fato, todos dependem de todos. Sem público, não há carreira artística que se sustente. O que difere um músico profissional de um amador não é – como muitos pensam – o fato do primeiro possuir uma técnica musical superior ao segundo. Devemos entender como profissional aquele artista que vive de sua arte, ou seja, que utiliza a sua arte como fonte principal de renda e sustento econômico. O artista necessita de condições e meios (quer sejam físicos, virtuais ou a combinação de ambos) para dar vida à sua criação e colocá-la em circulação na corrente sanguínea do mercado consumidor. Este processo envolve um grande número de atores sociais. Assim sendo, tudo depende de tudo para funcionar.

Acompanhamos uma certa inversão da pirâmide produtiva. Alguns artistas emergentes têm conseguido provar que podem não só sobreviver, mas viver muito bem independente de estarem atrelados a uma *major*. O que chama a atenção é que embora alguns cantores e/ou bandas “surjam” no ciberespaço, quando alcançam reconhecimento e sucesso, acabam fazendo a volta para o modelo tradicional, não só de comercialização, mas de exposição pública massiva.

Por exemplo, o artista X consegue um bom número de fãs no Myspace (modelo não-convencional) e em conseqüência disso começa a figurar em programas da TV aberta, jornais e revistas de grande circulação e rádio (modelo tradicional). Isto nos mostra que, embora a internet tenha contribuído como vitrine alternativa, ela parece não conseguir dar conta de tudo sozinha.

Wolton (2003) questiona essa valsa dos modismos e das revoluções, lembrando que a

técnica em si parece ter pouca eficácia como elemento libertador no plano da comunicação: “A comunicação está reduzida às técnicas, e as técnicas tornam-se o sentido, a ponto de se chamar a sociedade do futuro de ‘sociedade de informação ou de comunicação.’” (WOLTON, 2003: 31) Ele complementa este pensamento:

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

Seguindo em suas críticas, Wolton questiona a web mostrando que ela parece mais um capricho narcisista do individualismo do que uma revolução cultural de grupo:

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

Embora o autor não esteja de todo errado, tendo em vista a diversidade de expressões artísticas existentes no mundo, me parece fatalista em demasia o posicionamento de Wolton. Os veículos de massa utilizam critérios questionáveis no julgamento que fazem ao determinar o que deve (ou não) ir ao ar, isto é, tornar-se público. Lógico que o espaço na grade de programação de uma emissora de massa (seja de que tipo for, isto é, gráfica ou eletrônica) é limitado e, portanto, é utópica a idéia de apresentar o mundo inteiro e sua pluralidade neste espaço que possui uma limitação física evidente. Acredito que tudo depende do prisma em que repousa o nosso olhar.

Conforme aponta Wolton, o paradigma base de toda comunicação de massa – que pressupõe um único emissor, mensagens e uma gama considerável de receptores – não se enquadra na web (afinal não temos um único emissor), mas também não é uma falácia (no caso das redes telemáticas) como ele sugere. De fato, apresenta-se em configuração diferenciada: o acesso à vitrine depende de certos fatores básicos, desde conhecimentos mínimos para operar um computador e navegar por esta

rede até o acesso propriamente dito à rede (provedores de conexão).

Todos têm a oportunidade de compor a sua emissora. Assiste à programação quem quer (no caso da internet, onde as relações se estabelecem por afinidades de gostos individuais, escolhe-se aquilo que interessa, ou não). E, como aponta Maffesoli, equacionar esta problemática não é uma tarefa fácil: “[...] é preciso que saibamos admitir a contradição na estática e na dinâmica das sociedades.” (MAFFESOLI, 1988: 58)

No entanto, voltando ao Myspace, em dado momento, temos a nítida impressão de que Wolton está coberto de razão. O Myspace parece, às vezes, como um cardápio tão grande, tão vasto, tão apetitoso, que fica impossível escolher algum prato. A informação é tamanha que na verdade corre o risco de não informar absolutamente nada, de se transformar num inibidor ou moderador de apetite musical.

Seguindo a linha de questionamentos, no caso da indústria fonográfica é interessante estabelecermos um paralelo entre o Feudalismo e algumas questões levantadas por Baudrillard em “Power Inferno”^{vii}. Na questão do Feudalismo, Faria aponta como era o sistema social na época feudal e a relação entre senhores feudais e servos, da qual recorto a “banalidade” que era a “[...] taxa paga pela utilização dos bens do senhor feudal (celeiro, moinho, forno, casa).” (FARIA, 1984: 101).

A primeira relação que estabeleço é um comparativo entre passado e presente, segundo o qual coloco as grandes gravadoras como os neo-senhores feudais, os poderosos e bem equipados estúdios de gravação como os bens destes senhores feudais e os artistas como servos. Faço esta comparação, pois esse foi o modelo produtivo de negócio adotado até o fim dos anos 1990 na indústria do disco. Ou seja, me parece que existe uma semelhança facilmente percebida entre a Idade Média e a Hipermodernidade atual.

Embora seja lógico perceber que investir em um artista e construir a sua carreira (no que diz respeito à comunicação de massa) é um ato dispendioso – principalmente em termos econômicos –, não deixa de existir aí um caráter feudal de relacionamento entre os sujeitos sociais. E assim, a indústria se comportou, inclusive reforçando o seu olhar sobre o público, o caráter de passividade do receptor exposto por Debord anteriormente neste texto. Mesmo sendo tensa (numa tensão que começou bem tênue e foi afluindo com o passar do tempo), esta relação entre gravadoras, artistas e público se sustentou por mais de cinco décadas (do seu nascimento que inicia anos 1950 até a sua queda que se dá nos anos 2000). Como aponta Maffesoli, estas tensões antagônicas existem e

podem se equilibrar por certos períodos de tempo: “[...] assim como há pluralidade de figuras divinas, há um conflito de valores que seria vão querer negar. A contradição-em-ato de tal conflito termina por permitir um equilíbrio tensional.” (MAFFESOLI, 1988: p. 58)

Mas Baudrillard mostra que o posicionamento adotado pelas gravadoras de determinar o que deve (ou não) ser sucesso acabou por inflamar toda a cadeia produtiva e consumidora de música, causando a ruína desse sistema arcaico de negócios. Em “*Power Inferno*”, Baudrillard questiona a arrogância norte-americana de superioridade, destacando seu etnocentrismo míope:

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

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

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

Trazendo o exposto acima para o plano da indústria fonográfica, observamos que as gravadoras e os grandes grupos estão hoje correndo como baratas tontas, sem saber qual a direção dos ventos, apavorados com a perda de controle da situação. Não só os artistas novos vislumbram um caminho alternativo, como os artistas estabelecidos parecem cansados desse velho esquema e motivados à experimentação de novas formas de circulação.

E justamente esta ruptura traz à tona uma diversidade cultural que parecia adormecida ou entocada, outrora. Novamente recorrendo a Baudrillard, nota-se que a quebra do sistema tradicional

proporcionada pelas novas tecnologias tem seu lado positivo: “[...] nos fragmentos desse espelho quebrado, ressurgem todas as nossas singularidades, aquelas que considerávamos ameaçadas sobrevivem, as que imaginávamos desaparecidas ressuscitam.” (BAUDRILLARD, 2007: 56)

Ainda sobre este sistema agora “caduco”, podemos tomar emprestado outro questionamento de Baudrillard: “Tudo contribui para a falha de um sistema que gostaria de ser infalível. [...] podemos nos perguntar se a pior catástrofe não seria a infalibilidade do próprio sistema?” (BAUDRILLARD, 2007: 62)

A web, então, aparece como um megafone que amplifica vozes abafadas anteriormente pelo sistema. Afinal, como bem coloca Debord, “o discurso espetacular faz calar [...] tudo o que não lhe convém.” (DEBORD, 2000: 188) E “o discurso apresentado no espetáculo não deixa espaço para resposta.” (DEBORD, 2000: 189) Pois agora, esta resposta aparece. A voz dos servos se faz presente no ciberespaço.

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

Apesar de todos os benefícios descritos até aqui, ou das reflexões positivistas pertinentes e adequadas levantadas por Lévy ou Lemos (e me incluo nesse *hall intelectual*), existe uma série de questões ainda sem resposta que nos cabe apontar. Este imediatismo proporcionado pelas novas tecnologias tem reflexo direto nos novos consumidores, isto é, aqueles que já nascem inseridos nesse novo contexto. Com apenas alguns cliques no Google^{ix}, é possível encontrar uma quantidade considerável de obras artísticas disponíveis para *download* de forma ilegal.

Existem, inclusive, comunidades no Orkut como a “Discografias”^x que facilitam muita este roubo intelectual. Os *blogs*, inicialmente utilizados como diários virtuais, se convertem em ferramentas de distribuição ilegal de conteúdo, prejudicando, principalmente, os novos artistas que, sem gravadoras, bancam seu próprio trabalho e acabam não tendo retorno financeiro com a venda de suas obras, uma vez que elas são pirateadas digitalmente da mesma forma que ocorre com os artistas estabelecidos. Um exemplo típico é o *blog* “Durango-95”, especializado em rock gaúcho.

Partindo dessa constatação, surge um novo sujeito, ao qual denomino de Cyberhood. Para compor este sujeito, recorro à fábula de Robin Hood. A história de Robin Hood não tem data precisa, mas, segundo Pyle (1996), estima-se que tenha surgido perto de 1360 d.C. Robin Hood é

um herói lendário da Idade Média inglesa.

Ele encarna a resistência dos camponeses de raça saxônica aos nobres de origem normanda, que os exploravam. Conforme Pyle, “nenhum arqueiro vivo podia disparar uma flecha com tanta perícia como ele, nem existiam companheiros que se comparassem aos cento e quarenta homens joviais que o seguiam pelas matas. Moravam, felizes, no fundo da floresta de Sherwood.” (PYLE, 1996: 11). A primeira relação que se estabelece é: estas pessoas que montam seus próprios *blogs* ou que postam em comunidade virtuais com o objetivo de distribuir de forma ilegal as obras artísticas não teriam um traço de Robin Hood? E a floresta de Sherwood seria o que? Ora, o ciberespaço. Seguindo a fábula:

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

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

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

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

estar junto ao qual Maffesoli se refere:

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

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

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

Este desejo de compartilhar livremente também é comungado por Lemos e por Lévy. Para Lemos: “*A informação deve ser livre; o acesso aos computadores deve ser ilimitado e total. Desconfie das autoridades, lute contra o poder; coloque barulho no sistema, surfe essa fronteira, faça você mesmo.*” (LEMOS, 2004: p. 187) (grifo do autor). Para Lévy: “[...] o bem virtual seria contabilizado, traçado e representado, mas gratuito, inteiramente livre para circular sem obstáculos e para se misturar a outros bens virtuais.” (LÉVY, 1996: 67)

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

“[...] na época da economia da informação e do conhecimento, em vez de abandonar

os direitos de propriedade sobre todas as formas de bens de software, o que equivaleria a uma espoliação descarada dos produtos de base, dos novos proletários que são os trabalhadores intelectuais, a tendência parece antes se orientar no sentido de uma sofisticação do direito autoral. Esse aperfeiçoamento se desenvolve em duas direções: passagem de um direito territorial a um direito de fluxo e passagem do valor de troca ao valor de uso.” (LÉVY, 1996: 64)

O pensamento acima é justamente a base do Creative Commons^{xi}, o qual acredito ser viável (embora ainda encontre resistência por parte do mercado consumidor). Lévy complementa: “O preço da atualização seria indexado conforme o contexto corrente, dependendo do ambiente e do momento. Esse valor poderia ser fixado cooperativamente por grupos de usuários em mercados livres ou Bolsas da informação e das idéias.” (LÉVY, 1996: 67)

Esta oferta livre (ainda que pirata) em demasia, onde é possível *downloadear* uma grande quantidade de álbuns musicais completos, nos mostra, também, uma busca, um desejo secreto de ganância que parece muitas vezes infinita e sem objetivo. Estou realizando uma pesquisa em profundidade para minha dissertação de mestrado na qual analiso o impacto das novas tecnologias na produção e circulação da música e tenho observado pelo relato dos entrevistados que “baixar” uma obra não significa necessariamente consumi-la (no sentido de ouvir o que se baixou).

Ora, se as pessoas baixam freneticamente essa gama de material sonoro e não o escutam, qual o motivo? Simples necessidade de posse? Vingança contra o sistema? Consumo desenfreado como terapia ou como elemento catalisador que afogue suas tragédias? Lipovetsky e Wolton podem ajudar-nos a compreender esse fato. Para Wolton, “os homens, frente às tecnologias de comunicação, estão, como o coelho de *Alice no país das maravilhas*, sempre atrasados, sempre com pressa, sempre obrigados a ir mais rápido.” (WOLTON, 2003: 31) (grifo do autor) Lipovetsky complementa:

“[...] o que nos define [...] é um desejo de perpétua renovação do eu e do presente. Na fúria consumista, exprime-se a recusa ao tempo exaurido e repetitivo, um combate contra esse envelhecimento que acompanha a rotina diária. É menos a negação da morte e da finitude do que a angústia de fossilizar-se, de repetir, de não mais sentir. À pergunta ‘O que é modernidade?’, Kant respondia: superar a minoridade, tornar-se adulto. Na hipermodernidade, tudo se passa como se surgisse uma nova prioridade: ficar eternamente voltando à ‘juventude’. Nossa pulsão neofílica é, em primeiro lugar, um exorcismo do envelhecimento do viver subjetivo: o indivíduo desinstitucionalizado, volátil, hiperconsumista, é aquele que sonha assemelhar-se a uma fênix emocional.” (Lipovetsky, 2004: p. 80)

Mas existe um lado bom, também. Além da democratização (no sentido de poder colocar a

sua obra em exposição na vitrine mundial – mesmo que isso não implique uma audição condicionada à publicação), das facilidades econômicas e técnicas proporcionadas pela informática, agora artistas de várias partes do país e do mundo podem compor músicas em conjunto, arranjar, mixar, finalizar e trocar experiências, seja por e-mail ou em fóruns de discussão e comunidades virtuais.

Alguns exemplos pessoais me fazem crer que não estou enganado em afirmar isso. Recentemente, produzi um *remix* (que consiste na utilização de amostras musicais a fim de gerar uma nova interpretação de um fonograma existente) para uma banda de Illinois (nos Estados Unidos). O resultado dessa parceria foi lançado em Tóquio (no Japão). Todo o processo se deu de forma virtual, através de troca de e-mails. Isso seria impensável alguns anos atrás. Participei, também, de um projeto chamado “Coletivo Virtual”^{xii}. Para Lévy, um claro exemplo da inteligência coletiva:

“[...] jamais pensamos sozinhos, mas sempre na corrente de um diálogo ou de um multidialógo, real ou imaginado. Não exercemos nossas faculdades mentais superiores senão em função de uma implicação em comunidades vivas com suas heranças, seus conflitos e seus projetos. Em plano de fundo ou em primeiro plano, essas comunidades estão sempre presentes no menor de nossos pensamentos, quer elas forneçam interlocutores, instrumentos intelectuais ou objetos de reflexão. Conhecimentos, valores e ferramentas transmitidos pela cultura constituem o contexto narrativo, o caldo intelectual e moral a partir do qual os pensamentos individuais se desenvolvem, tecem suas pequenas variações e produzem às vezes inovações importantes.” (LÉVY, 1996: p. 97)

No “Coletivo Virtual”, músicos e VJs foram convidados a enviar amostras (*samples*) de áudio e vídeo. Após o recebimento e devida triagem do material, foi realizado – na cidade de São Paulo – um espetáculo coletivo. Neste espetáculo de som e imagens, a trilha sonora ouvida nos alto-falantes e as imagens projetadas por telões nada mais eram do que uma colcha de retalhos hipermoderna produzida ao vivo, utilizando como matéria-prima o material gerado pelo grupo de participantes convidados para o projeto.

“O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.” (DEBORD, 2000: p. 33)

Finalizando, podemos observar ao longo deste texto que embora a internet tenha proporcionado mudanças positivas e significativas no pólo emissor musical, e até o aparecimento de curiosas criaturas como os Cyberhoods, não devemos esquecer de olhar para os dois lados antes de

atravessarmos a via cibernética. Os dois lados da moeda, o positivo e o negativo, sempre existiram e existirão. O desafio da humanidade é equacionar essa problemática buscando saídas inteligentes e criativas. É isso que nos move e nos torna humanos.

Referências Bibliográficas:

- BAUDRILLARD, Jean. *Tela Total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*. Porto Alegre, 1997, Editora Sulina.
- _____. *Power Inferno*. Porto Alegre, 2007, Editora Sulina.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. São Paulo, 2000, Contraponto.
- FARIA, Ricardo de Moura. *Nossa História: História Geral*. Belo Horizonte, 1984, Editora Lê.
- LEMONS, André. *Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea*. Porto Alegre, 2004, Editora Sulina.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Os Tempos Hipermodernos*. São Paulo, 2004, Barcelona.
- LÉVY, Pierre. *O que é o virtual?* Rio de Janeiro, 1996, Editora 34.
- MAFFESOLI, Michel. *O Conhecimento Comum*. São Paulo, 1988, Editora Brasiliense.
- PYLE, Howard. *Robin Hood*. Rio de Janeiro, 1996, Ediouro.
- WISNIK, José Miguel. *O Som e o Sentido*. São Paulo, 1999, Cia das Letras.
- WOLTON, Dominique. *Internet, e Depois?* Porto Alegre, 2003, Editora Sulina.

Obras Consultadas:

- FINKIELKRAUT, Alain. *A Derrota do Pensamento*. Rio de Janeiro, 1988, Editora Paz e Terra.
- LYOTARD, Jean-François. *O Pós-Moderno*. Rio de Janeiro, 1986, José Olympio.
- PALUDO, Ticiano. *Kiss, O Mito Vivo*. Monografia de Conclusão de Curso. PUCRS, Porto Alegre, 1998.
- _____, Ticiano. *O Som e o Sentido: Sound Design na era contemporânea*. Porto Alegre, 2007.
- SILVA, Juremir Machado da. *Anotações de Aula*. Porto Alegre, 2008.

ⁱ Artigo apresentado no II Simpósio da ABCIBER, na PUCSP, em novembro de 2008.

ⁱⁱ Ticiano Paludo é mestrando em Comunicação Social pela PUCRS e possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade Propaganda pela PUCRS (1998). Atualmente é professor da FAMECOS-PUCRS, produtor musical, e-producer e sound designer. E-mail: ticiano.paludo@gmail.com

ⁱⁱⁱ <http://www.myspace.com>. Portal de relacionamento e vitrine musical em franca expansão. Acesso em 24/06/08

^{iv} <http://www.magesy.net> – portal no qual internautas disponibilizam gratuitamente cópias piratas de softwares de áudio; acesso em 24/06/08

^v Disponível em <<http://www.eproducer.com.br>>; acesso em 24/06/08

^{vi} Identidade secreta do Superman, super-herói da DC Comics

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

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

^{ix} Maior mecanismo de busca utilizado atualmente. www.google.com

^x Uma das redes de relacionamento mais populares no Brasil. Disponível em

<<http://www.orkut.com.br/Community.aspx?cmm=6244330>>; acesso em 24/06/08

^{xi} <http://www.creativecommons.org> – Sistema de controle de direitos autorais que segue a proposta de Lévy, aonde os limites das obras são fixados pelos próprios artistas, principalmente no que se refere ao direito de uso; acesso em 24/06/08.

^{xii} Disponível em <<http://www.coletivovirtual.com.br>>; acesso em 24/06/08.