



LOG IN  
LIVE  
ON

**MÚSICA E CIBERCULTURA  
NA ERA DA INTERNET  
DAS COISAS**

PAULA GOMES RIBEIRO, JOANA FREITAS,  
JÚLIA DURAND, ANDRÉ MALHADO (EDS.)

# **LOG IN, LIVE ON**

## **MÚSICA E CIBERCULTURA NA ERA DA INTERNET DAS COISAS**

---

PAULA GOMES RIBEIRO, JOANA FREITAS,  
JÚLIA DURAND, ANDRÉ MALHADO (EDS.)

**Título**

*Log in, live on: música e cibercultura na era da Internet das coisas*

**Editores**

Paula Gomes Ribeiro

Joana Freitas

Júlia Durand

André Malhado

**Revisão e apoio editorial**

Luísa Gomes

**Imagem da capa**

Logotipo «Log in, live on» de  
Cristiana Vicente

**Design**

Fábrica Mutante

**Edição**

Edições Húmus, Lda., 2018

Vila Nova de Famalicão

[humus@humus.com.pt](mailto:humus@humus.com.pt)

The logo for Húmus, featuring the word "húmus" in a bold, lowercase, sans-serif font. The letter 'h' is significantly larger than the other letters, and the 'u' has a distinctive shape with a horizontal bar.

CESEM (Centro de Estudos de Sociologia  
e Estética Musical)

NOVA FCSH

Lisboa

[cesem@fcsb.unl.pt](mailto:cesem@fcsb.unl.pt)

CENTRO DE ESTUDOS DE  
SOCIOLOGIA E ESTÉTICA  
MUSICAL  
**C|E|S|E|M**

Biblioteca Nacional de Portugal –  
Catalogação na Publicação

*LOG IN, LIVE ON*

*Log in, live on: música e cibercultura na era da internet das coisas / ed. Paula Gomes Ribeiro... [et al.]*

ISBN: 978-989-755-377-6

I – RIBEIRO, Paula Gomes

CDU 78

1.<sup>a</sup> edição: dezembro de 2018

Publicação financiada por Fundos  
Nacionais através da Fundação para a  
Ciência e Tecnologia no âmbito do projeto  
UID/EAT/00693/2013

---

# Índice

---

## **PREFÁCIO**

**MÁRIO VIEIRA DE CARVALHO**

Práticas musicais e esfera pública digital: em busca de uma teoria crítica / 7

## **INTRODUÇÃO**

/ 29

## **01.**

### **Interatividade, mobilidade e espaços sonoros**

---

**PAULA GOMES RIBEIRO**

Da transformação de paradigmas de comunicação musical na era da Internet: interatividade, participação e convergência / 37

**GUILLERMO DE LLERA BLANES**

The mobility of music: analysis and considerations concerning music and mobility today / 67

**JOÃO FRANCISCO PORFÍRIO**

«E depois começa aquele “plim, plim”»: os sons do Facebook nas paisagens sonoras do quotidiano / 100

## 02. Entre os vídeos musicais e o YouTube

---

### **PETRA RAKIĆ**

On YouTube and music / 126

### **JOÃO PEDRO DA COSTA**

Da MTV para o YouTube: o caso do hip hop / 140

### **FILIPA CRUZ**

Videoclipe interativo como obra aberta: o caso de *Rome – 3 Dreams of Black* / 153

## 03. Produção de sociabilidades e comunidades musicais online

---

### **TERESA GENTIL**

Cantadoras portuguesas no ciber mundo / 171

### **LUÍS MARCELO FRANCA**

O desenvolvimento de movimentos *cyberunderground* no heavy metal português: construção de comunidades e identidades no ciberespaço / 191

### **JOANA FREITAS**

Áudio e imersão em *Elder Scrolls*: co-criação, partilha e interacções na cibercomunidade, no site *Nexus Mods* / 210

## 04. Digitalidades audiovisuais

---

### JÚLIA DURAND

Minimal produtivo: a categoria «empresarial» nos *sites de library music* / 243

### MARIANA RAMOS DE LIMA

*Simsdieval*: a construção híbrida do período medieval num videojogo / 260

### HUGO PAQUETE

Tecno-utopia *cyberpunk* no projeto *Peenemünde* / 279

### ANDRÉ MALHADO

Cruzando real e virtual no filme *Hackers*: sobre práticas de música tecno e *cyberpunk* / 303

## 05. Convergências digitais: música e tecnologias

---

### RUI PEREIRA JORGE

Composição na era digital: novas ferramentas, novos sons e novas músicas? / 327

### ISABEL PIRES

Analisar música hoje: novos paradigmas, novas tecnologias / 340

### LUÍS SOLDADO E JOSÉ

### GROSSINHO

O Corvo: produção multimédia de uma ópera de câmara / 349

### RESUMOS E NOTAS

### BIBLIOGRÁFICAS / 354

### ÍNDICE REMISSIVO / 363

## Prefácio

# Práticas musicais e esfera pública digital: em busca de uma teoria crítica

---

MÁRIO VIEIRA DE CARVALHO

Interatividade, comunicação imersiva, produção artística colaborativa ou participativa, neologismos como «produsar», «produto» e «produtente» (captando a simbiose entre «produzir» e «usar», «produção» e «uso», «produtor» e «utente»): eis alguns dos conceitos transversais a esta obra coletiva de sociologia da música que tem por objeto a «cibercultura na era da internet das coisas». As transformações operadas na comunicação musical pelas redes digitais oferecem, de facto, um novo, amplo e desafiante campo de pesquisa e reflexão a que os trabalhos reunidos neste volume fazem inteiramente jus pela abrangência e pelo carácter inovador das abordagens, levando em conta um balanço crítico da literatura – já considerável e em acelerada expansão – sobre o assunto.

E, no entanto, a «surpresa» suscitada pela revolução digital das práticas musicais, motivo de tanto labor teórico, apresenta-se-nos, afinal, como um daqueles eventos benjaminianos que, num «salto de tigre» que rompe com o *continuum* da história, remetem para o arcaico: um arcaico «carregado de atualidade».

## Das estruturas participativas à assimetria na comunicação

Com efeito, a simbiose de *produzir* e *usar* é, tal como na linguagem falada, inerente às práticas musicais mais ancestrais de que há memória. Que nos tenhamos esquecido disso é coisa que não admira, dada a operação anestésica que nos leva insensivelmente a *naturalizar* a cultura em que nos formámos, a qual definiu horizontes de comunicação para o nosso tempo entretanto dramaticamente postos em causa pelas redes digitais. Por isso, não admira também que os estudos académicos valorizem justamente a *novidade* trazida por essas redes e se esforcem por aprofundar quadros conceptuais capazes de descrever todo o alcance das mudanças em curso e suas consequências. Contudo, quando o objeto de pesquisa são especificamente as práticas musicais, desde sempre tão consubstanciais à comunicação humana como a linguagem falada e, não raro, confundindo-se com esta, carecemos mais do que nunca de profundidade histórico-antropológica para compreender e clarificar categorias e conceitos. Assim perspectivada, a observação em meio digital das práticas musicais poderá até fornecer modelos proveitosos para a análise e a categorização de outras práticas sociocomunicativas da cibercultura. Dir-se-ia que a música poderá assumir aqui o papel de uma verdadeira pedra-de-toque que ajude a clarificar também o resto.

Quando se fala de cibercultura, fala-se de cibernética, fala-se de sistemas, de sistemas de comunicação no caso das redes digitais, os quais, por sua vez, assentam em sistemas de comunicação eletrónica altamente complexos que lhes servem de *medium* (computadores, plataformas da internet, etc.). Se a cibercultura veio pôr em evidência a noção de cibernética e de sistema, tanto mais se impõe sublinhar o carácter sistémico da vida social e da



comunicação humana, por sua vez inseparável dos ecossistemas em sentido mais lato, abrangendo todos os fenómenos naturais e cósmicos. Observar as práticas musicais é observar os sistemas de comunicação em que elas se manifestam, incluindo a observação das observações (que compreende a auto-observação), no seu acoplamento estrutural a outros sistemas sociais que constituem o seu meio. Trata-se de caracterizá-los, diferenciá-los, compreender as suas dinâmicas de mudança.

Este parêntesis reconduz-nos ao *produto*. Testemunhos arqueológicos e observação etnográfica até aos nossos dias, nas mais diversas culturas, confirmam a predominância do modelo de comunicação colaborativo e participativo – a simbiose entre «produção» e «uso» nas práticas musicais comunitárias de tradição oral, algumas das quais ainda hoje sobrevivem em Portugal e noutros países europeus. Pode-se conjecturar que esse modelo prevaleceu – se é que não era tendencialmente único – durante milénios, em termos similares à comunicação falada antes do aparecimento da escrita. A questão que se coloca não é, pois, a da sua suposta emergência ou, quando menos, expansão com a internet, mas sim a da sua perda de centralidade e gradual marginalização à medida que as sociedades humanas se tornaram cada vez mais complexas.

Numa perspetiva histórico-antropológica, há vários momentos – aqui mencionados a título de exemplo – que estão na origem de assimetrias na comunicação musical a que acabámos por atribuir o estatuto de uma *segunda natureza*. Transferir a ideia de música da sua prática sonora para uma sinalética fixada em papel ou noutro tipo de suporte físico é um desses momentos, por sua vez sintoma de assimetrias na organização social que se manifestam

em rituais religiosos ou de poder. Ao disciplinar-se, através de um código escrito, a prática musical (até então de tradição oral) está-se a consolidar e reforçar a divisão de competências entre aqueles que são considerados aptos para o desempenho adequado do ritual na sua expressão sonora e aqueles que nele participam ou a ele assistem com outras competências e funções. A divisão do trabalho assim gradualmente instituída acarreta a separação entre *produção* e *uso*, no duplo sentido da reificação da música notada como *produto*, que passa a existir independentemente do seu *uso*, e da discriminação entre aqueles que são encarregados do seu desempenho e, por isso, têm um papel *ativo* na sua realização, e aqueles que o não têm, limitando-se a escutar, a observar ou a retroagir silenciosamente. Na civilização europeia esta divisão de competências é ainda agravada pela introdução da prática de composição, por via da qual a notação deixa de ser registo *a posteriori* de um modo de fazer para passar a ser invenção ou construção *a priori*, estabelecendo uma nova hierarquia que se reforça por volta do século XIV com a emergência da noção de *obra*, inseparável das transformações da esfera pública e do conseqüente desenvolvimento do mercado de bens culturais. As categorias de *autor*, *obra*, *músico intérprete* ou *executante* tornam mais hierarquizados e diferenciados os sistemas de produção, que se contrapõem a não menos diferenciados sistemas de receção. A circulação de música notada (em cópias manuscritas e, mais tarde, sobretudo impressa) favorece essa diferenciação.

Um dos efeitos diferenciadores da circulação de música notada, como mostram as fontes históricas disponíveis, incluindo as iconográficas, comporta, porém, simultaneamente, a reconstituição parcial de estruturas *colaborativas* ou *participativas*, quer

na prática de música vocal polifônica, quer na prática de música instrumental (*collegia musicae*), quer ainda, mormente desde o século XIX, na prática pianística e de música de câmara por amadores em ambientes privados. Isto para não falar da continuidade dessas estruturas no contexto da música de tradição oral em meios rurais ou urbanos. Por contraste, o aparecimento das salas de concertos públicas, desde meados do século XVIII, consagra a *assimetria* do modelo de comunicação *apresentacional*, também extensivo à ópera, fundado na distinção entre competências *ativas* (contemplando a esfera da *produção*) e *passivas* (atinentes à esfera da *recepção*), designadamente, entre músicos e *público*.

A assimetria pode manifestar-se diversamente. Importa analisar as *estruturas de retroação* que caracterizam os sistemas de comunicação em presença.

Se prevalecem as *retroações fortes*, em que o público intervém durante o desempenho musical, cantando, dançando, pulando, ou doutro modo intervindo mais ou menos ruidosamente, estamos perante um modelo de comunicação comum tanto a manifestações musicais tradicionais populares como a espetáculos de ópera em determinados contextos nos séculos XVIII e XIX ou, por exemplo, a concertos *rock*, onde o público não é propriamente *produtor*, mas codetermina o curso do espetáculo.

Se prevalece a *retroação fraca*, pressupondo a imobilidade silenciosa dos espectadores, que aparentemente concentram toda a sua atenção no desempenho musical a que assistem e não têm qualquer outra intervenção visível ou audível senão os aplausos no final do espetáculo ou das suas partes integrantes, deparamo-nos com o sistema de comunicação típico das salas

de concertos públicas que surgiram na Europa desde meados do século XVIII e cunham profundamente a sua cultura musical, suportada por uma rede de instituições em que avultam conservatórios, academias, grandes orquestras, compositores, solistas, editores, etc. As salas de concertos, não raro notáveis obras de arquitetura desenhadas e construídas expressamente para esse sistema de comunicação – o mais *assimétrico* –, transformaram-se em verdadeiros lugares de culto onde se celebra religiosamente a «grande música» e os seus «oficiantes».

Tal modelo, que, na ópera, teve a sua expressão paradigmática no Teatro dos Festivais de Bayreuth, onde Wagner, com os seus dramas musicais, pretendia, afinal, refundar o modelo da tragédia grega e recuperar a *catarsis* aristotélica, corresponde exatamente ao descrito por Benjamin no seu muito citado ensaio *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* (1936), quando postula as origens teológicas da arte e verifica a reinscrição da obra de arte autónoma (autónoma da magia e da religião) no «envólucro» de um ritual que lhe confere «valor de culto». Elementos desse modelo de comunicação são exatamente os mesmos que encontramos na comunhão com o divino: *imersão*, como condição *sine qua non* de devoção, entrega, identificação, experiência de *autenticidade*. Neste modelo tão assimétrico, a *retroação fraca* do público consiste na eliminação de qualquer fator de *distração* no comportamento exterior que perturbe a *imersão* individual de cada espectador (daí o escurecimento total ou quase total da sala para que a atenção de todos e de cada um se concentre no palco). A obra de arte, o artista, o desempenho artístico, o local e o momento do evento surgem carregados de *aura* para o espectador ou recetor.

## Aura e valor de culto versus distração

Vale a pena determo-nos um pouco no conceito de *aura*, que tem suscitado interpretações divergentes. A articulação do conceito liga-se a um efeito essencial atribuído por Benjamin à reprodutibilidade técnica, o da perda da *aura*: «A catedral deixa o seu lugar para encontrar acolhimento no estúdio de um amador de arte. A obra coral, que foi executada numa grande sala ou ao ar livre, realiza-se num quarto». (Benjamim 2012 [1936], 10).

Em ambos os casos, o que é que acontece? A mudança de circunstâncias pode deixar intacta a consistência da obra de arte, mas tem sempre como consequência a anulação do seu «aqui e agora». É afetado «o núcleo mais sensível» da obra de arte: a sua «autenticidade», definida como a essência de tudo quanto na obra é historicamente transmissível, desde o testemunho histórico à duração puramente material. O que é afetado, portanto, é a autoridade histórica da coisa, o seu peso na tradição. Esse processo é descrito como perda da *aura*: «O que é eliminado na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é a *aura* desta».

A *aura* é «um entrelaçamento singular de tempo e espaço», descrito como «aparição única de uma lonjura, por mais próxima que pareça». Exemplo: «Numa tarde de verão, repousando, seguir uma cordilheira no horizonte ou um ramo que projeta a sua sombra sobre o observador, enquanto durar o momento ou a hora da sua aparição – isso é respirar a *aura* dessas montanhas, desse ramo» (Benjamim 2012 [1936], 13). «Proximidade duma lonjura» é, pois, aqui entendida como «entrelaçamento de espaço e tempo»: nem só espacial, nem só temporal, mas sim «espácio-temporal» – resultado do cruzamento de ambas as dimensões.

«Respirar a aura» é uma metáfora que outra metáfora de Benjamin ajuda a esclarecer: a «devolução do olhar» pelo objeto inanimado ou pela natureza à pessoa que os contempla. Como se a experiência da aura fosse a transposição de uma retroação corrente na comunicação humana – devolver o olhar a quem nos olha – para a relação do objeto contemplado com o sujeito que o contempla. O fenómeno ou objeto contemplado era dotado – tal como uma imagem de culto – da capacidade de nos devolver o olhar (Benjamin 1991 [1939b], 646-647).

A relação entre «aura» e «valor de culto» é explicitada nomeadamente numa nota à quinta versão do referido ensaio de 1936:

A definição de aura como «aparição única dum lonjura, por mais próxima que pareça» não significa outra coisa senão a formulação do valor de culto da obra de arte em categorias de percepção espaço-temporal. Lonjura é o contrário de proximidade. O essencialmente longínquo é o inaproximável. A insuscetibilidade de aproximação é, de facto, uma das qualidades principais da imagem de culto. Em conformidade com a sua natureza, ela [a imagem de culto] é «lonjura por mais próxima que ela esteja». A proximidade que se pode captar da sua matéria não anula a lonjura que ela conserva após a sua aparição (Benjamin 2012 [1936], 216s.).

A introdução do conceito de «valor de uso» contribui para caracterizar mais precisamente em que consiste a imbricação da obra de arte «autêntica» no *continuum* da tradição: «O valor único da obra de arte “autêntica” tem o seu fundamento no ritual em que ela tinha o seu primeiro e originário valor de uso.»

Benjamin estabelece assim uma interligação ou interdependência entre os conceitos de «valor de uso», «valor de culto»

e «aura». O que nos permite inferir daí a interligação oposta entre «valor de troca», «valor de exposição» e «perda da aura». A fungibilidade do «valor de troca» decorre do próprio desentranhar da obra do seu envólucro – o ritual no qual ela tinha um determinado valor de uso, inseparável do seu valor de culto. Quando ocorre a perda da aura, a obra ganha em valor de exposição e perde em valor de culto, ou seja: ganha em valor de troca e perde em valor de uso.

Assim, enquanto o «valor de culto» (*Kultwert*) é inerente à aura, o «valor de exposição» (*Ausstellungswert*) pressupõe a sua perda. Na fotografia, ao contrário da pintura, o «valor de exposição» reprime em toda a linha o «valor de culto». No entanto, este ainda consegue resistir numa «última trincheira»: a representação do rosto humano, por sinal no centro da primitiva fotografia. É no culto da recordação dos entes queridos, ausentes ou distantes, que o valor de culto da imagem encontra o seu último refúgio: «Das primitivas fotografias acena a aura, pela última vez, na expressão fugaz de um rosto humano».<sup>(1)</sup>

Em contrapartida, no filme, não havia lugar para a «livre suspensão na contemplação» (*freischwebende Kontemplation*), isto é, cada imagem que o constituía era despojada da aura (Benjamim 2012 [1936], 23-24). Partindo de uma citação de Pirandello, Benjamin precisa – quanto ao trabalho do ator – em que consiste a mudança operada pelo cinema por comparação com o teatro: pela primeira vez, uma pessoa encontra-se numa situação em que, conservando embora a sua integridade como pessoa viva, tinha de atuar desistindo da aura que uma pessoa

---

(1) À primeira vista, se é fugaz (*flüchtig*) não seria aurático. Mas o que é fugaz aqui é a expressão instantânea, única e irrepetível, captada no rosto e que é objeto de contemplação no retrato.

viva irradia. Isto porque a aura está vinculada a um aqui e agora. Não existe uma cópia dela. Benjamin exemplifica com *Macbeth*: para o público que assiste à peça no teatro, a aura que rodeia esta personagem no palco não pode ser separada da aura que rodeia o ator que a desempenha. Ora, na medida em que a captação da imagem no estúdio coloca no lugar do público a câmara, então desaparecem necessariamente tanto a aura em torno do ator, como a aura em torno da personagem (*Ibid.* 117). O filme era o primeiro meio artístico que se encontrava em condições de mostrar como a matéria correpresenta com o humano, o que fazia dele um «extraordinário instrumento de representação materialista» (*Ibid.* 118).

Benjamin distingue, a este respeito, entre os conceitos de «primeira técnica» («esquema de todos os procedimentos mágicos») e «segunda técnica» («reservatório de todos os procedimentos experimentais»), relacionando-os respetivamente com «aparência» (*Schein*) e «desempenho» (*Spiel*),<sup>(2)</sup> os dois lados da arte que se entrelaçam originariamente na *mimesis*. O binómio «aparência» / «desempenho», diz Benjamin, não é estranho à estética tradicional, assim como não lhe é estranho o binómio «valor de culto» / «valor de exposição» já implícito no primeiro. Historicamente, porém, torna-se evidente que a atrofia da «aparência» – isto é, o «declínio [*Verfall*] da aura» – abre nas obras de arte um imenso «espaço de desempenho» (*Spiel-Raum*), que encontra no filme a sua maior amplitude. No filme, o momento da aparência cede

---

(2) *Spiel*, tal como *play* em inglês ou *jeu* em francês, pode traduzir-se, neste contexto, por «desempenho», «arte de representar» ou «jogo» (do ator) e considerar-se extensivo a qualquer arte e a qualquer artista, à «oficina» deste, às faculdades e destrezas que ele exercita na sua respetiva arte. Nestas diferentes línguas, não é por acaso que o conceito tem uma relação semântica com as palavras idênticas que designam uma «atividade lúdica executada por prazer ou recreio, divertimento, distração» (segundo a definição de «jogo» do dicionário da Porto Editora, em linha).



completamente o lugar ao momento do desempenho, que está ligado à segunda técnica (*Ibid.* 120-121).

O que interessava sobretudo a Benjamin era, precisamente, captar a relação entre a *mudança na arte trazida pela reprodutibilidade técnica*, que tinha a sua expressão mais radical no aparecimento do filme, e a *mudança na organização da percepção* correlacionada com as mudanças sociais. A questão da aura era, aqui, decisiva: «se as modificações no *medium* da percepção de que somos contemporâneos podem ser compreendidas como perda da aura, então podem ser demonstradas as condições sociais dessa perda».

Benjamin precisa que «o condicionalismo social da atual perda da aura» assenta em duas circunstâncias que têm a mais estreita correlação com a crescente expansão e intensidade dos movimentos de massas. Benjamin refere-se a duas tendências das massas, uma «tão apaixonada» como a outra:

- a) tornar as coisas próximas de si;
- b) superar a unicidade (caráter único e irrepetível) de cada facto ou evento «através da reprodutibilidade do mesmo» (segunda versão do ensaio, pp. 58-59), ou «através da receção da sua reprodução» (terceira e quinta versões, pp. 102, 215), ou ainda «acolhendo a sua reprodução múltipla» (quarta versão, p. 169).

Neste sentido, a única coisa que ele não considerava ridícula no manifesto de Marinetti era a colocação da questão, que remetia precisamente para uma alteração das *condições da percepção*: isto é, para a relação entre o mecanismo de percepção da pessoa atual e o estádio atual da técnica. Tal era a questão estética da

guerra, a que, porém, era preciso dar uma resposta dialética. Esta tinha de partir da verificação de que à mudança no mecanismo da percepção da humanidade correspondiam, por um lado, um desenvolvimento real da técnica e, por outro, uma virtual orientação para mudanças profundas na constituição da sociedade. O manifesto de Marinetti, pelo contrário, fazia da guerra a culminação de *l'art pour l'art* – tese que Benjamin, num esboço inicial do seu ensaio, reduz ao absurdo através de um jogo de metáforas a que está subjacente o conceito de aura:

Em vez de expor o olhar ao choque das imagens, antes exporá o corpo humano ao choque da própria matéria, no fogo das armas de guerra. Em vez de levar as massas convocadas a intervir na matéria, levá-las-á a intervir no material humano (do inimigo). Em vez de promover a liquidação da aura através da intensificação das comunicações, realizará, impedindo a circulação, a inclusão da lonjura mais distante nos cálculos mais próximos das medições balísticas e alcançará na guerra do gás a liquidação mais literal e imediata da aura. Em vez, portanto, de [responder] às novas necessidades do seu aparelho psíquico (*Assoziationsapparat*), a humanidade abdica do seu próprio aparelho psíquico qual objeto ideal do espetáculo (*Schauobjekt*). Isto é claramente a consumação de *l'art pour l'art* [...] (Benjamin 2012 [1936], 42-44).

Por outras palavras, a «alienação do eu» (*Selbstentfremdung*) extremada a este ponto levava à autodestruição do eu: em vez da liquidação da aura determinada pelas novas necessidades do aparelho percetivo, ocorria a liquidação do próprio aparelho percetivo, ironicamente descrita como «liquidação mais literal e imediata da aura».

Esta ideia de «alienação do eu» surge também nos textos *Sobre haxixe*, onde, no contexto do êxtase causado pela droga – «o êxtase era tão profundo que as palavras e imagens de certos estádios se desvaneceram» –, Benjamin alude à «essência da aura». Ao contrário do que pretendiam certas correntes do pensamento místico, a «autêntica aura», em primeiro lugar, surgia em todas as coisas, e não apenas em certas e determinadas, como se pensa; em segundo lugar, a aura mudava completamente com cada movimento que a coisa faz, que se constitui como aura dela; em terceiro lugar, a autêntica aura não podia de modo algum ser entendida como a «deleitosa magia de irradiação espiritualista» tal como a representavam e descreviam os vulgares livros místicos. O que distinguia a autêntica aura era, pelo contrário, o ornamento, uma espécie de guarnição na qual a coisa ou o ente é metido como num envólucro ou estojo (*Futteral*): «Talvez nada possa dar tão bem um conceito exato da autêntica aura como os últimos quadros de van Gogh, onde – assim poderiam ser descritos esses quadros – em todas as coisas também a aura delas é pintada» (Benjamin 1972, 106-107).

Deste modo, chegamos ao cerne da crítica benjaminiana das estruturas de comunicação assimétricas da tradição ritualizada da arte autónoma: a *imersão* do recetor ou espectador como comportamento *associal*. Benjamin di-lo explicitamente, quando aponta o experimentalismo dadaísta e o filme, na sua fase inicial, como exemplos de um modelo alternativo, onde a *imersão* cede lugar à *distração*. À «imersão» (*Versenkung*), que se tornara numa escola de «comportamento associal», contrapunha-se a «distração» (*Zerstreuung*) como uma transição ou uma via (*Übergang*) para o comportamento social. As obras do dadaísmo produziam

uma distração das mais veementes na medida em que, mal se apresentavam ao observador, logo dele se desviavam para se dirigirem aos outros. O seu efeito altamente distrativo resultava do facto de, infalivelmente, elas darem origem a fações. Neste sentido, o dadaísmo era pioneiro na afirmação de um dos mais importantes elementos da *distração*: o elemento que distingue o público distraído – e, por isso dividido numa pluralidade de diferentes retroações – da «comunidade artística» em recolhimento.

Na *distração*, a obra de arte era um estímulo ou mesmo tão somente um pretexto para um *comportamento ativo* dos sujeitos, manifestado inclusivamente na rapidez das suas reações. A posição central do filme na situação da arte atual – diz Benjamin – tinha a ver precisamente com isto: «o filme realiza uma síntese das distrações na aparência totalmente diferentes que assentam naquilo que acontece, ou perante alguém, ou com alguém» (Benjamin 2012 [1936], 20).

Nele a distração e o recolhimento misturavam-se indiferenciadamente. Por um lado, o filme, tal como o dadaísmo, acentuava o elemento distrativo, por outro, derogava o paralelo com o «parque de diversões» (*Lunapark*) através duma síntese de ambos os polos. Duas séries de processos entravam em mútua correlação: designadamente, o que acontece perante alguém e o que acontece com alguém (*Ibid.* 19-21).

O mesmo seria aplicável, por exemplo, ao teatro épico de Brecht, como decorre dos ensaios que Benjamin lhe dedicou (Benjamin 1991 [1931; 1939a]) e que ajudam a compreender melhor o modelo de comunicação que ele tinha em mente, assente no *efeito de estranhamento*: estilhaçar o *continuum* da imersão na ação ficcional, de modo a deslocar tanto o produtor como o

recetor para uma posição de observação/intervenção crítica, em relação dialética com o mundo vivido.

Como sabemos e, em certo sentido, Benjamin já suspeitava, a esperança que ele depositava no cinema como alternativa ao modelo *imersivo* da comunicação artística gorou-se inteiramente. Com o cinema sonoro e o seu efeito de realidade cada vez mais aperfeiçoado, a assimetria na comunicação (com retroação fraca) reconstituiu-se e difundiu-se universalmente como nunca antes na arte. Tornada extensiva à televisão e a outros meios de comunicação de massas, emergiu como um dos instrumentos de «refeudalização da esfera pública» que tendem a reduzir drasticamente a participação ativa e crítica dos cidadãos na decisão política e a expô-los à manipulação, conferindo-lhes uma «competência meramente aclamatória» (Habermas 2012 [1962]).

Também na música, a reproduzibilidade técnica, em vez de induzir à proliferação de estruturas participativas e colaborativas, acabou por ser absorvida, em larga medida, pelo sistema de comunicação hegemónico, reforçando-o. Compositores, obras, intérpretes nada perderam da sua aura, que passou a estender-se até aos próprios LPs ou, por exemplo, a récitas históricas gravadas como objetos de culto (caso da célebre «*Traviata* de Lisboa», com Maria Callas e Alfredo Kraus). Mais: estruturas que sempre haviam sido participativas e colaborativas (por exemplo, festas tradicionais populares), ao serem captadas em registos fonográficos, tornaram-se assimétricas para os potenciais ouvintes desses registos e, em certos casos, ganharam o estatuto e a aura de autênticas «obras de arte», veneradas como objetos de culto (caso dos discos de serapilheira da *Antologia da música regional portuguesa* de Michel Giacometti e Lopes-Graça, que começou a

ser publicada com a etiqueta dos Arquivos Sonoros Portugueses em 1960). Através da reprodução fonográfica, a comunicação assimétrica e «aurática» das salas de concertos reconstituiu-se assim, nos seus principais elementos, incluindo a escuta em recolhimento (imersiva) da «obra de arte musical».

Simultaneamente, porém, é inegável que a tese de Benjamin da perda da aura induzida pela reprodutibilidade técnica se comprovou amplamente na música. A livre apropriação dos registos fonográficos pelos recetores manifestou-se numa variedade ilimitada de usos de todos os géneros de música assim tornados disponíveis – usos que, como inúmeros estudos comprovam, dependem inteiramente das motivações ou apetências do utilizador, decerto codeterminadas pelo seu respetivo *habitus*. Foi o utente quem passou a definir ativa e soberanamente a situação e a finalidade da reprodução fonográfica, segundo critérios ou preferências muitas vezes inconscientes, a que são alheios conceitos como os de «arte» ou «obra». Alguns desses usos da música podem enquadrar-se eventualmente no tipo de comportamento ativo descrito por Benjamin como «distração» – pressupondo o «desencantamento da arte», na expressão de Adorno: isto é, a extração da «obra de arte» do seu envólucro ritual (ritual que, no fascismo, era colocado ao serviço da *estetização da política*) para a inscrever numa *praxis* política emancipatória através da qual as massas tomassem nas mãos o seu próprio destino, subvertendo as relações de propriedade e de poder (*politização da arte*).<sup>(3)</sup>

---

(3) Na sua correspondência com Benjamin a este respeito, Adorno refere-se à «autodissolução dialética do mito, aqui visada como desencantamento da arte» (*Entzauberung der Kunst*), que assim se seguia, numa alusão implícita, ao «desencantamento do mundo» (*Entzauberung der Welt*) de Max Weber. Cf. carta de Adorno a Benjamin, data de Londres, 18 de Março de 1936 (Adorno e Benjamin 1994 [1928-1940], II, 168).

## Sinais contraditórios da revolução digital

Esta revisão da teoria de Benjamin, em alguns dos seus aspetos principais, leva-nos a colocar a questão: Será que, afinal, só nos nossos dias, com a revolução digital, é que as expectativas que então suscitou a reprodução técnica podiam ter condições de cumprir-se? Será que a mudança de paradigma nos *media* de comunicação humana, introduzida pela internet e pelas redes sociais digitais – o «internetocentrismo» (Cádima, citado por Paula Gomes Ribeiro) – era o elo que faltava para as potencialidades emancipatórias da reprodução técnica se manifestarem plenamente?

Os sinais são contraditórios, pois se, por um lado, em todos os domínios da comunicação humana, as redes digitais vieram permitir níveis de interatividade instantânea e à escala global outrora inimagináveis, certo é que, por outro lado, são cada vez mais preocupantes os indícios de «refeudalização» da *esfera pública digital*, através de instrumentos de manipulação – nomeadamente, política, ideológica, comercial – altamente refinados, baseados em algoritmos que tratam e analisam massivamente, também a cada instante, os dados dos utentes, induzindo comportamentos, gostos, preferências, tendências de opinião, consumos, dissimulados sob a aparência de uma genuína *participação*. Redes como o Facebook geram um tal grau de codependência nos utilizadores que estes carecem a cada instante da confirmação de que se mantêm conectados, inclusive através de sinais sonoros personalizados que passam a reger o seu quotidiano (João Francisco Porfírio).

Tais sinais contraditórios manifestam-se igualmente nas práticas musicais. Plataformas virtuais como o YouTube (Petra Rakić, João Pedro da Costa, Marcelo Franca, Teresa Gentil) e a mobilidade

dos dispositivos (Llera Blanes) que as torna omnipresentes revolucionaram as condições de produção, difusão e partilha de todos os géneros de música, levando à dissolução das divisões tradicionais entre produtor, mediador (*gatekeeper*) e recetor. Muitas delas promovem mesmo a «negociação criativa» entre todos os envolvidos na comunicação: apela-se ao experimentalismo dos recetores, que são estimulados a uma colaboração ativa na produção musical (Paula Gomes Ribeiro).

Em contrapartida, em situações como a dos jogos virtuais, a comunicação imersiva é restaurada e, em casos-limite, chega a manifestar-se como *autoalienação* patológica. Quanto mais interativo aparenta ser o jogo, tanto mais *associal* é o comportamento do jogador, chegando a assumir os contornos de uma doença de adicção, em tudo semelhante às do consumo compulsivo de álcool ou de estupefacientes e tratada como tal.

Os videojogos, aqui mormente na sua componente musical (ou sonora, em sentido mais abrangente), serão, pois, um dos casos em que a ilusão de uma participação ativa mascara o que realmente ocorre: a reprodução *autopoiética* do sistema, previamente programada e em cujas condições de reprodução o jogador não pode simplesmente intervir (caso contrário, o sistema extingui-se). Neste e noutros casos afins, poderá ser-se tentado a ver em algumas variantes do *produto* musical das redes digitais uma reedição da noção de «obra aberta», de que Eco falava em 1962, tomando como exemplo a *Klavierstück XI* de Stockhausen. Mas, como já tenho feito notar noutras ocasiões, talvez a noção de *autopoiesis*, subjacente *avant la lettre* ao pensamento de Stockhausen, corresponda mais certamente às características dessa obra. Com o seu ideal de «série» como algo «achado» (mas,



não inventado ou criado por vontade do compositor) e de execução radicalmente aleatória dos diferentes segmentos (isto é, banindo qualquer interferência consciente do intérprete no resultado final), estava nele implícita uma ideia de produção/realização semelhante à de um programa informático, que, como num jogo virtual, permitisse combinações praticamente ilimitadas. Através da sua reprodução autopoiética semelhante à dos organismos vivos, a obra ia assumindo formas sempre diferentes, embora todas elas codeterminadas pelo seu código genético.

Entretanto, como mostra Joana Freitas, não se pode subestimar nos videojogos a possibilidade de intervenção do utente na programação computacional do jogo (dir-se-ia, no seu próprio código genético), modificando-o e personalizando-o, o que aliás é encorajado pelas empresas do ramo, que incentivam as comunidades de utilizadores e se aproveitam dos contributos que daí resultam para o desenvolvimento permanente dos seus produtos a baixo custo. Isso não impediria, porém, a «falácia imersiva» (Salen e Zimmerman 2003), que transporta o utilizador para o mundo simulado do jogo, alienando-o inteiramente do mundo real, e onde a música, escolhida de acordo com a «literacia musical» adquirida pela observação de estereótipos das relações música/imagem, tem o papel de reforçar essa imersão imaginária. Nada de muito diferente, se bem virmos, da experiência catártica visada pelo dispositivo de Bayreuth...

A esta luz, a interatividade torna-se um conceito demasiado vago, pois uma coisa é subsumirmos nele a *coprodução de sentido* que é inerente a qualquer forma de comunicação humana (qualquer leitor, ouvinte, espectador, coproduz sentido e tem, nessa aceção ampla, uma participação ativa no processo) (Rancière 2008),

outra coisa são as situações sociocomunicativas em que o outrora apenas potencial leitor, ouvinte ou espectador se torna ele próprio também produtor efetivo de texto, de música ou de imagens, extinguindo a divisão de competências tradicional entre *produtor* e *recetor*. A análise das estruturas de retroação, a que aludi acima, é aí indispensável para distinguir entre os diferentes tipos de comunicação em presença, inclusive, no plano das relações intermediais na esfera pública digital. No caso da «obra audiovisual», por exemplo, Filipa Cruz salienta a crescente «passividade» que se observa na intervenção musical, por comparação com os níveis de intervenção do utilizador noutras componentes. De resto, o mais comum é o recurso à «música compilada» disponibilizada em várias plataformas, de que trata Júlia Durand – música classificada segundo tipos estereotipados que se foram sedimentando e refinando historicamente como signos contextuais e expressivos e, hoje, com a sua utilização massiva como bandas sonoras de filmes, anúncios publicitários, etc., tendem a generalizar-se como *clichés* transculturais (cf. também, a este respeito, Mariana Lima).

Em contraste com estas tendências, onde o que parece prevalecer é a *autopoiesis* das tecnologias digitais, relegando produtores, recetores e mediadores para a posição de meros agentes da autorreprodução do sistema, sobressai a «tecno-utopia cyberpunk», que se propõe subvertê-lo. Nesta abordagem «pós-digital», segundo Hugo Paquete, trata-se de usar a tecnologia como uma arma contra si própria. O propósito de romper com a banalização operada pela indústria dos *media* e com os elementos «deterministas» do sistema manifesta-se nomeadamente no recurso à *colagem* ou *montagem* – uma estratégia onde podemos

ver pontos de contacto com a crítica benjaminiana. Mas, mesmo nesta corrente, não deixa de aparecer a tendência à imersão, o culto de uma embriaguês psicadélica suscitada pela cibercultura e cunhada com a denominação de «cyberdélica» (André Malhado).

As novas tecnologias geram um «excesso de material, onde o compositor se pode perder» se não entender o seu carácter dialético como «ferramentas» (Rui Pereira Jorge), algo em que não diferem de outras tecnologias que as precederam. Tanto mais necessário se torna, portanto, abordá-las com a consciência crítica do que elas oferecem de novo, nomeadamente ao compositor, como instrumentos de análise do som (Isabel Pires). O processo de composição e reprodução em vários locais e *media* da ópera de câmara *O Corvo*, de Luís Soldado/José Grossinho, nas suas diferentes versões, tal como vem relatado no contributo final, vale como exemplo duma abordagem crítica das «ferramentas» digitais hoje disponíveis, neste caso associadas a outras técnicas de composição, historicamente sedimentadas.

Em suma, e como resulta deste livro, a revolução digital oferece um campo imenso de possibilidades contraditórias, ora favorecendo estratégias emancipatórias de cooperação e de intervenção efetiva dos indivíduos nos processos sociais (incluindo naturalmente as práticas musicais), ora, pelo contrário, restaurando assimetrias, hierarquias, mecanismos de exclusão, manipulação e autoalienação. Distingui-las claramente umas das outras, em todos os seus elementos e implicações, para tentar compreendê-las e fazer do nosso conhecimento socialmente produzido um conhecimento socialmente mais válido, é a tarefa duma teoria crítica.

Cascais, 12 de Agosto de 2018

## Referências

- Adorno, Theodor W. e Benjamin, Walter. 1994 [1928-1940]. *Briefwechsel (1928-1940)*, editado por Henri Lonitz. Vol. 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter. 1972. «Walter Benjamin: Haschisch Anfang März 1930.» In *Über Haschisch. Novellistisches, Berichte, Materialien*, editado por Tillman Rexroth, 106–107. Frankfurt: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter. 1991 [1931]. «Was ist das epische Theater? (I) ». In *Gesammelte Schriften*. 6 Vols. Frankfurt a. M.: Suhrkamp II/2, 519-531.
- Benjamin, Walter. 1991 [1939a]. «Was ist das epische Theater? (II) ». In *Gesammelte Schriften*. 6 Vols. Frankfurt a. M.: Suhrkamp II/2, 532-539.
- Benjamin, Walter. 1991 [1939b]. «Über einige Motive bei Baudelaire ». In *Gesammelte Schriften*. 6 Vols. Frankfurt a. M.: Suhrkamp I/2, 605-647.
- Benjamin, Walter. 2012 [1936]. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, edição crítica das obras e do espólio editado por Burkhardt Lindner. Vol. 16. Berlim: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen. 2012 [1962]. *A transformação estrutural da esfera pública* (trad. port.). Lisboa: Fundação Gulbenkian.
- Rancière, Jacques. 2008. *Le spectateur émancipé*. Paris: La Fabrique.

---

# Introdução

---

PAULA GOMES RIBEIRO, JOANA FREITAS,  
JÚLIA DURAND, ANDRÉ MALHADO

Os dezasseis artigos reunidos neste livro apresentam um âmbito diversificado de perspetivas e incidências sobre a reconfiguração de práticas e modelos de comunicação musical, no processo de expansão da Internet e de novas formas de sociabilidade em rede.

Em poucos anos, assistimos a um incremento exponencial dos fluxos digitais de conteúdos musicais, sonoros e audiovisuais numa paisagem mediática global, disponibilizando-se aos consumidores através de todo o tipo de plataformas, *websites* e redes sociais. Com a expansão do *streaming*, o abandono progressivo do CD e dos *downloads* de música, a multiplicação de espaços virtuais de disseminação musical e a crescente mobilidade de dispositivos com acesso *online*, os sistemas de produção, distribuição e consumo de música reconfiguraram-se vigorosamente. As indústrias musicais não se encontram em declínio, ao contrário do que se afirma frequentemente, mas em intensa mudança. A desmaterialização dos suportes de escuta musical é proporcional ao incremento da capacidade de comunicação e partilha de dados entre computadores, *tablets*, rádios, televisores, relógios, telemóveis e outros eletrodomésticos. A Internet das coisas assume um papel primordial naquela que Klaus Schwab (2016)

designa de quarta revolução industrial, possibilitando uma ligação em rede entre objetos, agentes, indústrias e dispositivos (de *smartphones* a frigoríficos), no contexto de uma convergência acelerada de tecnologias cada vez mais potentes e robustos interesses económicos.

Neste cenário instável, rico em possibilidades criativas, amplamente potenciadas por uma extensa profusão e acessibilidade de instrumentos digitais e práticas DIY, emergem novos formatos culturais, espaços e técnicas de criação colaborativa, assim como estratégias e métodos de apropriação, reutilização e modificação de conteúdos musicais, áudio e/ou audiovisuais. A música e o som são uma componente determinante de grande parte dos artigos acessíveis *online*, como vídeos musicais, filmes, *apps*, videojogos, documentários, séries, *reality shows*, animação, concursos, publicidade e outros. Em contrapartida, a Internet é um recurso criativo cada vez mais utilizado em espetáculos ao vivo, produções multimédia, criação musical e tantas outras situações de *performance*. Examinam-se aplicações musicais, processos de interatividade e imersão, redes de utilizadores, pensa-se a produção de identidades e cibercomunidades, no contexto das *mediapaisagens* atuais (Appadurai 2004) em permanente mudança. Como convivem e interagem atualmente meios, modelos, conteúdos e instrumentos de diferentes épocas e proveniências (Bolter e Grusin 2000; Jenkins 2006), e de que forma têm vindo a transformar a nossa experiência estética quotidiana da música? De que modo constroem, estas vivências musicais, aquilo a que chamamos realidade? Se a realidade é, também ela, construída a partir de experiências musicais, consideramos que nesta reflexão a musicologia tem um papel decisivo, aliás, central. Ao estudar a

música enquanto cultura, política, experiência – enquanto sociedade –, esta abrange necessariamente o universo digital, dos *media* e da Internet, fundações do nosso quotidiano atual e das suas dinâmicas de sociabilidade.

Este volume organiza-se segundo cinco eixos temáticos interdependentes. Na primeira secção, *Interatividade, mobilidade e espaços sonoros*, Paula Gomes Ribeiro parte de uma abordagem às transformações nos sistemas de comunicação musical, com a expansão da Internet, para discutir a emergência de novos formatos musicais e as mudanças do papel do músico na sociedade em rede. Para esse efeito, examina quatro produções musicais, de Michel Van der Aa, Björk, Gorillaz e Tod Machover. Após apresentar o conceito de música móvel, Guillermo de Llera Blanes discute o impacto das novas tecnologias no mercado musical. Enuncia e debate, neste âmbito, o surgimento de modelos de comercialização e consumo musical potenciados pela expansão dos *social media*. A portabilidade musical é também abordada por João Francisco Porfírio, que enfatiza a intimidade entre as redes sociais analógicas e digitais na produção de identidade, encontrando no Facebook (e na sua paisagem sonora) um território privilegiado de estudo.

Na segunda secção, intitulada *Entre os vídeos musicais e o YouTube*, a música é pensada enquanto fenómeno audiovisual, onde os formatos de apresentação transformam a relação entre músicos e audiência, dificilmente agora tratada apenas como um recetor passivo. O capítulo de Petra Rakić levanta questões sobre a plataforma YouTube, encarada como mediadora de comunicação entre músicos e audiência (identificados como criadores e utilizadores respetivamente), procurando pensar os paradigmas

de produção, receção e acessibilidade musical neste contexto. João Pedro da Costa, focando-se num estudo de caso sobre o hip hop, traça uma breve análise partindo dos anos 1980, para refletir sobre o modo como os vídeos musicais, desde o aparecimento da MTV até ao YouTube, vêm construindo e reiterando políticas de representação da comunidade afro-americana, permitindo uma leitura relevante sobre as indústrias musicais e a sociedade de consumo. Por último, Filipa Cruz, abordando os vídeos musicais interativos que surgem no século XXI, pretende observar como os conceitos de autoridade, autenticidade, interpretação, participação e público são desconstruídos no processo de criação artística, à medida que o formato aproxima o espectador da sua experiência pessoal.

A terceira secção, *Produção de sociabilidades e comunidades musicais online*, explora as novas sociabilidades e possibilidades de circulação musical *online*, debruçando-se sobre a criação de comunidades de fãs, a utilização estratégica da Internet por músicos (tendo em vista a promoção dos seus álbuns e concertos), e as interações realizadas entre estes agentes em diferentes *websites* e redes sociais. Os capítulos de Marcelo Franca e Teresa Gentil analisam a forma como a mudança de paradigmas de criação e divulgação musical, intimamente relacionada com o uso generalizado de plataformas *online*, marca e transforma diversas tendências musicais. Partindo desse objetivo comum, exploram, respetivamente, o caso do movimento *cyberunderground* no heavy metal e a atividade de cantautoras portuguesas. Para além das relações que estes músicos profissionais ou amadores estabelecem com meios emergentes de disseminação musical, como o *streaming* (ou o *download* ilegal), o terceiro capítulo, de



Joana Freitas, parte de um formato específico – o videojogo – tendo em vista um estudo das práticas de modificação na plataforma Nexus Mods e da produção de música original gratuita para os jogos *Oblivion* e *Skyrim*. Realça igualmente que a música é utilizada pelos jogadores como um mecanismo de imersão nos universos propostos, através de determinados estilos musicais e meios de engajamento numa narrativa virtual.

No que respeita a virtualidade, ambiguidade e simulação, a quarta secção – *Digitalidades audiovisuais* – centra-se nos encontros e interações da música com diferentes universos digitais e audiovisuais, contribuindo ativamente para a construção e caracterização de realidades. O capítulo de Júlia Durand explora novas lógicas de comercialização de música, com o caso particular da *library music* dita “empresarial”, a sua inclusão em produtos audiovisuais e os seus processos de sedimentação e utilização estratégica de estereótipos musicais. André Malhado discute a música tecno enquanto fenómeno social no ciberespaço, representada no filme *Hackers* (1995), assim como a relação homem máquina reforçada pelo teor sintetizado e digital da música. Partilhando com Malhado o ponto de partida do *cyberpunk*, Hugo Paquete propõe uma reflexão assente no projeto *Peenemünde* e na forma como relações complexas entre artes dos novos *media*, sonologia e utopia se podem expandir e apresentar novas formas de representar o real. Por fim, o encontro entre os séculos XIV e XXI é abordado por Mariana Lima com uma análise do videojogo *Sims Medieval*, no qual a autora aborda as representações de um período medieval imaginado através das diversas ferramentas musicais integradas nas mecânicas e narrativas propostas,

discutindo estereótipos e técnicas de produção musical para este formato.

Os primeiros dois artigos da quinta secção do livro, *Convergências digitais: música e tecnologias*, propõem um olhar sobre desenvolvimentos recentes no âmbito das tecnologias musicais que se têm vindo a afirmar nas últimas décadas. Rui Pereira Jorge, focando-se nas mudanças e novas possibilidades dos processos de manipulação digital, relaciona-os com as reconfigurações emergentes na composição musical. Na mesma linha, Isabel Pires elabora uma reflexão sobre essa multiplicidade de propostas musicais, e reúne, num conjunto de exemplos, algumas técnicas e metodologias de análise que estão à disposição do musicólogo e que lhe permitem pensar sobre a música de hoje. Para terminar, Luís Soldado e José Grossinho apresentam-nos a ópera-monólogo *O Corvo*, como exemplo de produção multimédia contemporânea, descrevendo como, a partir de uma ideia musico-teatral base, surgiram três objectos diferentes – espectáculos ao vivo, CD e DVD –, dos quais propomos excertos neste livro.

## Referências

- Appadurai, A. 2004. *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema.
- Bolter, J. David and Richard Grusin. 2000. *Remediation, Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Schwab, Klaus. 2016. *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.

**01.**

**Interatividade,  
mobilidade e  
espaços sonoros**

---

# Da transformação de paradigmas de comunicação musical na era da Internet: interatividade, participação e convergência

---

PAULA GOMES RIBEIRO

Bugs Bunny, de casaca e *papillon*, percute agilmente as teclas de um piano com os dedos dos pés, mãos atrás da cabeça, em pose acrobática. É com esta imagem emprestada a *Rhapsody Rabbit*, curta de animação de 1946 dirigida por Isador Freleng, que o pianista [Artur Pizarro](#) se apresenta na sua página no Facebook. Não é talvez a mais comum das «fotos de capa» de músicos célebres afixadas nesta plataforma, mais frequentes são imagens do último álbum ou retratos do artista, mas é sem dúvida uma mostra da sua identidade. Percorrendo esta página, encontramos pianos, amigos, *selfies*, salas de concerto, memórias, recortes de crítica, e tantas outras imagens e comentários – componentes da construção da imagem pública de um artista ou de qualquer ator social que opta por se apresentar nesta rede. Conteúdos afixados com maior ou menor regularidade, geridos pelo próprio, pelo seu agente ou editora, informações estritamente profissionais ou também pessoais, a página do Facebook ou o perfil no

Instagram são, cada vez mais, elementos centrais na construção da identidade social de um músico e veículos essenciais para garantir a sua visibilidade.

Como se caracterizam atualmente os públicos da música? Que expectativas têm perante a experiência musical? Como se apresentam os artistas e como gerem as suas propostas criativas no contexto de um sistema de comunicação tão fortemente determinado pela Internet? Os modelos de relação com os conteúdos musicais que se disponibilizam hoje aos espetadores, mesmo nas situações mais relutantes ao uso dos novos meios, dificilmente se circunscrevem à presença na sala de concerto, à aquisição de um álbum ou à leitura de uma crítica musical publicada na imprensa escrita. É cada vez mais invulgar não se associarem a estes passos, todo um conjunto de diligências mediatizadas pela Internet: da compra de bilhetes à consulta de notas ao programa, da deambulação por plataformas e redes sociais, nas quais se procura melhorar o conhecimento sobre os artistas envolvidos ou as peças que vão ser apresentadas, à audiovisualização<sup>(1)</sup> de conteúdos com estes relacionados, no YouTube, do *chat* com amigos para combinar a deslocação, passando pela introdução nas redes sociais, de *selfies* captadas na sala de concerto, à produção e leitura de comentários sobre o evento, em texto ou vídeo, em *blogs*, *chat rooms* e outras plataformas. Cada vez mais, a formação de públicos e de comunidades de interesses realiza-se *online*. Como observa Cádima, que fala em «internetismo» (2014, 15), «as novas mediapaisagens estão já [...] desterritorializadas e transformam o campo da receção numa verdadeira aldeia global

---

(1) A autora segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Ao longo do artigo, uso o termo audiovisualização como declinação da ideia de audiovisual, proposta por Michel Chion (2011).

de espetadores e de “producers”» (*Idem*, 14).<sup>(2)</sup> O processo de *branding* de todo o indivíduo, mas em particular daquele cuja atividade profissional depende da sua visibilidade e reconhecimento por um número alargado de indivíduos – como é o caso do músico –, requer, cada vez mais, a construção de uma identidade *online*, através de redes sociais, *micro-blogging*, sistemas de *streaming*, em plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Spotify, entre tantos outros. É no contexto da circulação destes fluxos de informação, que a atividade do agente é reconhecida e registada, e que se associa a uma imagem. Castells refere que a «presença ou ausência na rede e as dinâmicas de cada rede, relativamente às outras são os factores críticos de dominação e mudança na nossa sociedade» (Castells 2011, 605). Na data em que consultei a página Facebook de Artur Pizarro, esta «era gostada» por 1827 pessoas.<sup>(3)</sup> Na mesma data, a página oficial do Facebook da banda portuguesa Moonspell registava 229 016 *likes*, a de Maria João Pires 54 118, a de Mickael Carreira 730 229 e a de Justin Bieber, mais de 75 milhões.<sup>(4)</sup> Existir é ter uma identidade *online*.

As transformações dos sistemas de produção, distribuição e consumo musical têm sido de tal modo céleres, especialmente desde a vulgarização do mp3 e a expansão da Internet que se torna indispensável observar crítica e detalhadamente

---

(2) Manuel Castells teoriza prolificamente as transformações culturais que se operam em associação à expansão da Internet, salientando-se *The Internet Galaxy*, de 2001, traduzido pela Fundação Calouste Gulbenkian em 2004, referência emblemática sobre os comportamentos da cultura Internet.

(3) A consulta às páginas mencionadas foi efetuada a 1 de abril de 2018.

(4) A comparação entre estes valores merecia um espaço de reflexão mais prolongada mas, dado o circunscrito âmbito e objetivos deste artigo, aponto somente a discrepância entre os níveis de atenção conferida aos intérpretes de música erudita e os de géneros musicais mais disseminados socialmente (considerando unicamente músicos portugueses). Compare-se além disso, estes valores com os de uma figura bem inserida no *star system* internacional, Justin Bieber.

o comportamento de formatos e modelos culturais, agentes e comunidades atuais, no contexto das redes de sociabilidade e sistemas de poder que os enquadram e estruturam. Perante o elevado número de exposições essencialistas (cf. Castells 2004; 2011) sobre o uso da Internet (otimistas, pessimistas, nostálgicas ou entusiásticas), ou os discursos acerca dos alegados riscos de falência das indústrias da música em face dos novos padrões digitais de circulação, pode dizer-se que são raras as publicações que identificam e discutem, partindo da musicologia, processos e modelos de produção, circulação e consumo quotidiano de música no ciberespaço ou que procuram examinar de modo integrado os formatos emergentes. Neste momento, a musicologia é energicamente convocada a produzir conhecimento interdisciplinar sobre um conjunto de temáticas e problemas associados a uma paisagem cultural fortemente dominada por paradigmas comunicacionais digitais.

Neste artigo, examino o uso de mecanismos conceptualizados por Henry Jenkins (2006) como elementos basilares das dinâmicas de comunicação e negociação cultural em ambientes digitais nossos contemporâneos – convergência, colaboração, interatividade e participação –, na transformação dos paradigmas de comunicação musical. Pela observação de casos concretos, discuto de que forma os modelos de organização social, comunicação e comportamento *online*, conduzem à emergência de novos formatos musicais e à modificação do papel do músico (e, de modo mais abrangente, do autor de conteúdos). Numa sociedade que transita de uma cultura «shaped by the logics of broadcasting toward one fostering greater grassroots participation» (Jenkins 2013, xiv), inquirio ainda o modo como as



redes de indivíduos *online* (que apresentam dinâmicas relativamente padronizadas) colaboram na produção de necessidades e, conseqüentemente, na reconfiguração de modelos artísticos, que são cada vez mais colaborativos e participados (no sentido usado por Jenkins).

Para a argumentação, recorro a quatro casos (produtos e práticas), produzidos nos últimos sete anos, por Michel van der Aa, Björk, Gorillaz e Tod Machover. Incido em três aspetos principais, que uso como base de inquirição: 1) a necessidade, do produtor, na conceção de uma nova peça, de projetar mecanismos que possam induzir uma sensação de envolvimento e «participação» por parte dos públicos no processo de produção (a ideia de *produsage*);<sup>(5)</sup> 2) a adaptação à sociedade em rede dos sistemas de comunicação musical, que se vão desligando do modelo do concerto ou do álbum como condições primárias, fazendo convergir vários meios, na gestão de uma rede de níveis de disponibilização e ligação dos ouvintes/espetadores aos conteúdos: de vídeos no YouTube à produção de *apps*, da solicitação de contributos registados pelos espetadores à criação de *software* que permite a manipulação das peças propostas, passando pela interação e negociação entre a equipa artística e os potenciais ouvintes/espetadores através de plataformas, *blogs* e redes sociais, entre outras possibilidades; 3) associada às anteriores, a reconfiguração da ideia de público, que se constitui, ou parte, cada vez mais, da

---

(5) A figura do *prosumer* é anunciada por Alvin Toffler em 1980, no livro *The Third Wave*, em que se discute a emergência de uma sociedade pós-industrial. No entanto, o esbatimento de fronteiras entre produtor e consumidor, e o conceito proposto por Toffler, só se evidencia, na prática (e de modo distinto do que este previa), no século XXI, com a expansão da Internet. Henry Jenkins (2006) aplica-o ao utilizador da Internet que, para o autor, assume uma posição participativa em relação à própria conceção do ciberespaço, como co-produtor dos seus conteúdos. Por sua vez, Axel Bruns usa o conceito *produsage*, que se dissemina especialmente com o seu livro *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (2008).

formação e desenvolvimento de comunidades digitais em rede, e é determinada pelo conjunto de crenças e valores que formam o seu comportamento.

Discuto, assim, a expansão de uma economia musical que incita os antigos modelos de produção de conteúdos a subscreverem a ecologia e estética da experiência em ambientes digitais (cf. Cádima 2014, 15). O modelo convencional de autoridade artística encontra-se assim em plena transformação, verificando-se uma intensa experimentação em novos formatos que recorrem às muitas possibilidades facultadas pela convergência de meios, criação colaborativa, acessibilidade de conteúdos, multiplicidade de instrumentos de *networking*, disponibilidade de ferramentas de geração de conteúdos (musicais/sonoros, imagem, texto...). Em *Understanding Hybrid Media*, Manovich (2007) discute as transformações culturais que se desenvolvem desde a década de 1990, numa sociedade em rede, salientando o modo como um mesmo projeto artístico ou informacional se pode manifestar sob diversos formatos.<sup>(6)</sup> Axel Bruns crê que, nesta mudança de paradigma, «collaborative knowledge management is now emerging as a key challenge to the traditional guardian authorities of knowledge» (Bruns 2007, s.p.). Argumenta que é necessário rever a própria noção e prática de produção de conteúdos visto que, segundo ele, esta continua a ser analisada com instrumentos teóricos que já não são adequados às novas condições socioculturais:

---

(6) Manovich defende, nesse sentido, a necessidade de se renovarem as categorias e sistemas de classificação de meios e artes, que devem, segundo ele, fundamentar-se no modo como os objetos e processos culturais organizam a informação e estruturam a sua experiência pelo utilizador e não nas suas características físicas.

A significant paradigm shift is now underway. The rise of what is now described as social software or Web 2.0 environments stands to have a profound impact on social practices, the media, economic and legal frameworks, and democratic society itself; however, it is as yet poorly understood and insufficiently theorized. In the context of online user-led content creation environments ranging from open source through to massively multiplayer online roleplaying games (MMPORGs), the very idea of content production may need to be challenged: the description of a new hybrid form of simultaneous production and usage, or produsage, may provide a more workable model (Bruns 2007, s.p.).

É dinâmica e criativa a tensão existente entre o desejo de controle da propriedade intelectual, por parte dos produtores, e o do maior envolvimento nos circuitos produtivos, por parte dos consumidores, como afirma Jenkins: «in the age of media convergence, consumer participation has emerged as the central conceptual problem: traditional gatekeepers seek to hold onto their control of cultural content, and other groups [...] want to give consumers the skills they need to construct their own culture.» (Jenkins 2006, 204)

## Música e Internet

Com a instalação da economia da Internet doméstica, os hábitos e comportamentos de produção, circulação e escuta musical têm vindo a reconfigurar-se de modo radical. Num sistema socio-comunicacional assente em redes nas quais se opera uma intensa e profícua circulação mundial transnacional de fluxos de conteúdos digitais, sons e imagens, a construção de identidades digitais tem-se assumido como um processo básico de produção

de significado social, encontrando-se associada a uma exigência de visibilidade (cf. Castells 2008).

A disseminação da Internet a nível mundial tem sido, como se sabe, meteórica, não sendo, no entanto, o crescimento de utilizadores das redes *web* diretamente proporcional à capacidade económica e geopolítica das regiões e estados, mas a todo um conjunto de variáveis. Atualmente, segundo a Internet Live Stats, o número global de utilizadores da internet aproxima-se dos 4 mil milhões (3 862 611 800),<sup>(7)</sup> encontrando-se ativos mais de mil milhões e oitocentos mil *websites* em todo o mundo.<sup>(8)</sup> Na última atualização que consultei,<sup>(9)</sup> os países que apresentavam a maior taxa de utilizadores da Internet (em relação ao número total de habitantes) eram, por ordem decrescente, a Islândia, as Ilhas Faroé, a Noruega, a Bermuda, Andorra e Dinamarca (entre 96% e 100% da população total).<sup>(10)</sup> Portugal aproxima-se, segundo a mesma fonte, dos 7 milhões de consumidores Internet.

A vulgarização dos ficheiros áudio mp3 iniciou-se no fim do milénio anterior e, desde esse momento, o surgimento de novos formatos, produtos e tecnologias de disseminação, produção, armazenamento e receção de música foi persistente. O sistema *peer to peer*, fortemente disseminado através do Napster e outras plataformas, expandia-se na viragem do século, o iPod surge em 2001, e com este, a vulgarização de dispositivos de escuta móvel.

Se, numa primeira etapa, se verifica o desaparecimento dos suportes (disco vinil, cassete, CD, DVD, entre outros), pouco

---

(7) Internet Live Stats (consultado a 5 de março de 2018). <http://www.internetlivestats.com/watch/internet-users/>.

(8) Internet Live Stats. <http://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>. O primeiro *website* foi criado em 1991, em 2014 completavam-se mil milhões de *sites* e, desde então, o número aumentou para mais de mil milhões e oitocentos mil.

(9) Internet Live Stats (consultado a 5 de março de 2018).

(10) <http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/> (consultado a 5 de março de 2018).

depois, com a compressão e miniaturização dos equipamentos<sup>(11)</sup> tende-se para o colapso da materialidade dos meios. O incremento no acesso à informação dá-se em função da portabilidade dos equipamentos (associada ao desenvolvimento exponencial das competências dos *smartphones* e PDAs), do decréscimo do custo, da agilização dos *interfaces* e do incremento da sua qualidade lúdica. As tecnologias de reprodução sonora, *on* ou *offline*, associada ou não a imagens, fazem parte das principais rotinas do quotidiano e colaboram vivamente na construção do nosso quotidiano. A disseminação de *software* de composição e produção musical/sonora e audiovisual exponencia-se no novo milénio bem como todo um conjunto de ferramentas DIY que permitem a geração de conteúdos criativos a um leque muito amplo de interessados. A emergência e expansão do *streaming* e das redes sociais potencia a criação de numerosas plataformas de circulação de música, som e audiovisuais. O Facebook surge em 2004, o YouTube em 2005, o sistema *streaming* em 2007, o Spotify em 2008. O repositório de conteúdos musicais e audiovisuais, permanentemente disponível e acessível aos utilizadores da Internet, é imenso, e envolve alterações decisivas no relacionamento com este património cultural.

O incremento do papel conferido ao utilizador como coprodutor de sentido encontra-se em proporção direta ao da vulgarização de tecnologias móveis, especialmente a partir de 2005.<sup>(12)</sup> Os utilizadores procuram transmitir a sua identidade *offline* através da personalização de conteúdos e ambientes virtuais. Este processo é cada vez mais observável uma vez que a rede se expande

---

(11) O equipamento informático torna-se cada vez mais leve e portátil e o seu uso pessoal mais sofisticado.

(12) Ou seja, a partir da segunda geração de tecnologias móveis.

a um maior número e diversidade de meios, suportes e sectores, graças à Internet das coisas, estendendo-se a todo o tipo de eletrodomésticos, com a ambição (e riscos) de uma vivência totalmente controlada digitalmente.

O uso da inteligência artificial e a agilização da comunicação entre motores de busca, domínios, redes sociais e outras plataformas<sup>(13)</sup> e a dispersão dos consumidores, agregados em comunidades desterritorializadas e *clusters* de partilha de interesses e convicções, são as bases de uma profunda revolução na produção e consumo de conteúdos musicais, sonoros e audiovisuais na era da ubiquidade da tecnologia da informação, que se dissemina não só por toda a parte, como também por todas as coisas e nos mais comuns comportamentos quotidianos, como refere Greenfield, «everyware» (2006).

### **Cultura da convergência ou convergência cultural?**

Em *Convergence Culture* (2006) Jenkins inclui o conceito de cultura convergente na discussão académica, com a finalidade de analisar e expor as dimensões de um termo que se estava então a vulgarizar nas indústrias dos *media* e cultura. O autor argumenta que o cenário cultural de então se caracteriza pela reapropriação de conteúdos, *remixing*, hibridização e produção mediática cooperativa. Neste âmbito, saliente-se a importância cada vez mais pronunciada da *remix* e *mash-up culture*, questão discutida por muitos teóricos da cultura digital (cf. Murray 2015). A ideia de convergência procura, em primeiro lugar, visar o modo como a Internet reúne, entrecruza e disponibiliza uma diversidade crescente de meios, antigos e emergentes, promovendo

---

(13) E respetiva partilha de informação sobre os consumidores entre estas empresas.

uma circulação de conteúdos entre estes e outras plataformas de partilha de informação. O processo de digitalização de conteúdos, a sua crescente disponibilidade *online* e a sua enorme capacidade de circulação facilita, segundo o autor, uma atitude cooperativa entre os consumidores.

Convergência, participação e interatividade tornam-se expressões de uso obrigatório no discurso académico, empresarial e civil, e os mecanismos que lhe estão associados revelam-se indispensáveis em qualquer estratégia de mercado na paisagem capitalista. Para os produtores de conteúdos e formatos musicais, a Internet tornou-se o principal meio de distribuição. Reconhecendo a capacidade «convergente» do sistema de distribuição, os artistas são levados a recorrer à ideia de partilha, cooperação e interação. O otimismo do autor perante as possibilidades democráticas dos comportamentos de convergência é criticado por outros académicos, como é o caso de James Hay e Nick Couldry (2011), respondida, aliás, em várias circunstâncias pelo primeiro e dividindo opiniões desde então. No livro *Spreadable Media*, Jenkins afirma categoricamente que um dos seus objetivos é a crítica da retórica neoliberal que emergiu como modelo de negócio e *marketing* usando a cultura participativa em expansão (Jenkins 2013, XIII). A base desta discussão é, de facto, a tensão que provoca o uso subterrâneo por poderes económicos da cultura participativa. Um entusiasmo pela ideia de cooperação associada às novas possibilidades deste sistema pode obscurecer as dimensões e interesses corporativos e empresariais em jogo, desvalorizando ainda a enorme capacidade de controle e vigilância deste sistema, bem como a emergência e expansão de um novo sistema de relações de poder ainda amplamente desconhecido. Como

salienta Jenkins: «the terms of participation are very much up for grabs, though, and will be shaped by a range of legal and economic struggles unfolding over the next few decades.» (Jenkins 2013, XIV)

A audiência deixou há muito de ser considerada um mero recetáculo, no processo de produção de significado de uma obra ou programa. Com a expansão da cultura digital e dos novos *media*, a proximidade geográfica deixa de se assumir como um elemento central na formação de grupos e cenas, sendo o processo agregativo realizado predominantemente em torno de temas ou ideias. As comunidades virtuais, *clusters* de relações interpessoais que proporcionam sociabilidade, informação, apoio, integração e identidade social, tornam-se formações nucleares nos processos de interação, incluindo a comunicação artística e musical. A proliferação de comunidades de entusiastas, ciber-grupos, fóruns, em torno de conteúdos, ideias ou missões, cívicas, sociais, de apreciação, podem entender-se como nichos de atuação (Wiltse 2004), cuja atividade assume uma importância crescente e decisiva não só ao nível cultural como político, interferindo diretamente na modelação e geração de conteúdos, programas e balizas culturais.

A construção de comunidades em linha tornou-se uma das maiores preocupações do funcionamento da economia capitalista. A necessidade de conhecer, criar e manter comunidades «portáteis» – termo usado pela socióloga Mary Chayko, em 2008, para identificar a relevância que as comunicações móveis assumem hoje na configuração de novas sociabilidades, grupos e comunidades – caracteriza o funcionamento do mercado cultural. A autora refere: «social bonds and communities are now easily



made mobile and can be built, sustained, and accessed from practically anywhere at any time, or, in a word that I think covers all this more precisely and evocatively, they have become portable [...] the portability of social connectedness.» (Chayko 2008, 5) No que diz respeito às práticas musicais, a atividade neste domínio é vasta e prolífica, envolvendo uma grande parte dos utentes da Internet e dos meios digitais, no entanto, a produção científica que aborda este fenómeno é ainda muito reduzida. A produção de *sites* ou aplicações e a presença em redes sociais, de músicos ou artistas, procura assim contribuir para a sua visibilidade, e dos produtos que disponibilizam, e ainda incentivar a participação dos públicos alimentando a ideia de permanente retroação. Formar públicos implica assim, atualmente, criar comunidades *online*, espaços privilegiados de transmissão de produtos, com efeito, várias empresas disponibilizam serviços nesse sentido. O lançamento de álbuns ou de novas obras implica a sua comunicação em todo o tipo de espaços em linha, nos quais a persona pública se constrói. Implica ainda repensar os modelos de produção e relação com as comunidades que irão dinamizar os seus conteúdos (partilhar, copiar, comentar, glosar, transformar...) e garantir audiências nos espetáculos e eventos. Esta questão será debatida nos quatro casos apresentados de seguida.

### ***Biophilia como cluster transmedia***

We are on the brink of a revolution that will reunite humans with nature through new technological innovations. Until we get there prepare, explore, *Biophilia* (Björk 2011).

Na linha do que o grupo Gorillaz fizera com o álbum *The Fall*, em 2010, Björk inspira-se nas funcionalidades do iPad para a produção de *Biophilia*, que lança em novembro de 2011. Damon Albarn – dos Gorillaz – descreve o modo como este equipamento (na ocasião, acabado de ser lançado pela Apple) se revelara uma ferramenta fundamental na concepção e produção do novo álbum do grupo. A portabilidade deste *tablet*, e a eficácia e acessibilidade das suas aplicações de captação e manipulação de som, foram valências essenciais para o trabalho criativo desenvolvido pelo músico durante uma *tournee* da banda pelos EUA: «I fell in love with my iPad as soon as I got it, – refere Albarn – so I've made a completely different kind of record.» (Albarn *cit. in* Wilkinson 2010) Às aptidões criativas, alia-se a dimensão sedutora e lucrativa associada às tecnologias emergentes, amplamente usada por produtores de conteúdos como estratégia de captação de fãs.

O álbum *Biophilia*<sup>(14)</sup> é anunciado como uma revolução tecnológica, prometendo abrir caminhos na transformação dos padrões de escuta musical (cf. Kiss e Needham 2011). Este *app*-álbum erige-se sobre a contemplação e o amor da vida e de todos os sistemas vivos: *Biophilia*, conceito que o biólogo Edward O. Wilson descreve, no livro homónimo, como «the urge to affiliate with other forms of life» (Wilson 1984). Björk vê o iPad como meio ideal para concretizar esta missão de sensibilização para as ligações entre natureza, tecnologia e música, pois não só disponibiliza novas vias para a sua criatividade musical como lhe permite desencadear mecanismos de envolvimento e participação dos ouvintes. A cantora observa: «all my songs end up being

---

(14) O álbum foi lançado a 10 de outubro de 2011, em CD, *digipack*, vinil e também disponibilizado através de *download*.

83BPM, which is the speed I walk. People I've worked with have made fun of me because of it [...] I felt stuck, I was writing most of my songs in four/four – verse, chorus, verse, chorus. It's so I can avoid doing a maths riddle and singing; for me those worlds are separate.» (Björk *cit. in* Burton 2011) Exporta para o seu iPad o *software* que costumava usar no seu processo de composição, e explora um conjunto de *apps* que lhe permitem gerar música de modo bastante intuitivo e visual. Para possibilitar, aos seus ouvintes, um contacto mais próximo e pedagógico com alguns processos de criação musical, a cantora idealiza o desenvolvimento de várias *apps*, através das quais os seus fãs devem poder realizar um conjunto de operações criativas e lúdicas. O projeto concretiza-se graças a uma equipa de designers informáticos e programadores experientes na produção de *software*: Max Whitby, Theodore Gray, Sarah Flannery e Luc Barthelet, o animador biomédico Drew Berry, Max Weisel, criador da *app* *Soundrop* e Scott Snibbe. A Apple associa-se ao projeto e *Biophilia* disponibiliza uma [app](#) para iPad e iPhone, dentro da qual se dispõem dez outras aplicações, cada uma associada a uma canção.<sup>(15)</sup> Vários instrumentos foram concebidos especificamente para o álbum, entre os quais um «gameleste»,<sup>(16)</sup> usado nas canções *Virus* e *Crystalline* – combinação entre gamelão e celesta, construído pelos luthiers Matt Nolan e Björgvin Tómasson.<sup>(17)</sup> Para a peça [Solstice](#), sobre órbitas planetárias, Björk encomenda a Andy Cavatorta, escultor que trabalha sobre robótica e som, uma harpa de grande

---

(15) A *app* *Biophilia* no iTunes pode consultar-se em: <https://itunes.apple.com/de/app/bj%C3%B6rk-biophilia/id434122935?l=en&mt=8>.

(16) Podem ver-se imagens da produção deste instrumento em: <https://www.youtube.com/watch?v=J0uXL1E5qn8>.

(17) Podem consultar-se as páginas destes *luthiers* através dos seguintes *links*: <https://www.mattnolancustomcymbals.com/custom-percussion.php> e <https://www.freundevonfreunden.com/interviews/meet-bjorgvin-tomasson-icelands-first-and-only-pipe-organ-builder/>

dimensão (cf. Marantz 2012), que assume a base instrumental da canção.<sup>(18)</sup> Um dos instrumentos mais emblemáticos do álbum é ainda o *sharpsicore* (ou *pin-barrel harp*), harpa acústica automática criada por Henry Dagg.

Encara-se a tecnologia, através dos seus avanços, como um instrumento de reunião entre humanidade e natureza: «With Biophilia comes a restless curiosity, an urge to investigate and discover the illusive places where we meet nature. Where she plays on our senses with colours and forms; perfumes and smells. The taste and touch of salty wind on the tongue. But much of nature is hidden from us, that we can neither see, nor touch, such as the one phenomena that can be said to move us more than any other in our daily lives: Sound.» (Björk 2011) O utilizador depara-se com uma galáxia em 3D, na qual se distribuem os títulos das canções. A escolha de uma das *constelações* permite o acesso a várias possibilidades e operações que incluem a audiovisão integral da peça ou a interação com a mesma. Esta segunda via disponibiliza vários tipos de relação do utilizador com a peça produzida (a nível sonoro e visual), de um modo lúdico. Whitby, um dos criadores das *apps*, alega que «these apps give you a chance to get into the mind of the composer», acrescentando «we're taking some of the flexibility and experience of interacting with the music that happens in music production, and putting that into an app.» (Whitby *cit. in* Burton 2011). Além de ter sido celebrado como uma inovação artística e tecnológica, *Biophilia*

---

(18) A harpa usa o movimento de quatro pêndulos que balançam atravessando quadro postes de madeira. Em cada um destes encontra-se um plectro de borracha. As cordas dispõem-se num arco em torno de cada pêndulo, seguras por um cilindro motorizado, ligado informaticamente. Uma atuação da canção *Solstice*, de Björk, com a harpa de Cavatorta, pode ser vista no seguinte *link*: <http://andycavatorta.com/gravityharps.html>. Uma reportagem da BBC News apresenta alguns dos instrumentos usados no álbum, e uma entrevista com Matt Robertson, diretor musical do projeto: <https://www.youtube.com/watch?v=zRrV7GsT0CU>.

foi a primeira *app* a juntar-se à coleção permanente do MoMA, Museu de Arte Moderna, Manhattan.<sup>(19)</sup>

Do projeto resultam igualmente, entre outros audiovisuais, um vídeo musical da canção *Crystalline*, realizado pelo cineasta Michel Gondry,<sup>(20)</sup> o filme *Björk: Biophilia Live*, dirigido por Peter Strickland e Nick Fenton, a partir das *tournées* realizadas entre 2011 e 2014<sup>(21)</sup> e um documentário dirigido por Louise Hooper, intitulado *When Björk Met Attenborough*.<sup>(22)</sup> Este trabalho recorre às figuras emblemáticas de David Attenborough e Oliver Sacks, que propõem ao espetador um percurso exploratório entre o ser e o cosmos.

Ao álbum associam-se ainda outras propostas, entre as quais um projeto educativo de grande escala, promovido pela autora, em associação com a cidade de Reykjavík e a Universidade da Islândia. Ao assumir a presidência do Conselho de Ministros Nórdico (2014), o Ministro para a Educação, Ciência e Cultura implementou este projeto em escolas dos oito países membros, envolvendo mais de quatro mil estudantes no que se pretendeu ser «a platform for dialogue and debate which encourages both personal and social development, thereby contributing to a sustainable society where new approaches are actively explored.» (Biophilia Educational Project 2014)<sup>(23)</sup>

Produção criativa e comercial, *Biophilia* ilustra bem a necessidade por parte de artistas, produtores de conteúdos e indústrias,

---

(19) Entre 8 de março e 7 de junho de 2015, o MoMA apresentou uma retrospectiva de mais de vinte anos de carreira de Björk, na qual inclui várias referências a *Biophilia*, expondo diversos instrumentos criados especificamente para esse álbum. Consulte-se o seguinte link: <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1458>.

(20) O vídeo pode ser consultado em: <https://vimeo.com/37103317>.

(21) O filme foi lançado em 17 de outubro de 2014, no Reino Unido, e é distribuído por Cinema Purgatorio.

(22) Um excerto do documentário, estreado em 27 de julho de 2013 no Channel 4, pode ser consultado em: <http://www.pulsefilms.com/work/item/when-bjork-met-attenborough>.

(23) Alguns dos resultados do projeto podem ser consultados no seguinte vídeo: Biophilia Educational Project 2014, <https://biophiliaeducational.org/>.

de atualizar os modos de concepção e disponibilização de produtos musicais, utilizando as novas redes digitais de distribuição, consumo e sociabilidade, e uma diversidade de suportes, plataformas e formatos. Cumprem-se os fenômenos de convergência de meios, e de interatividade, por parte de utilizadores e fãs, diversificando-se os padrões de experiência musical ou audiovisual. Requer-se o seu envolvimento e participação.

A comunicação é ampliada pela disponibilização regular de conteúdos, por parte de artistas, agentes e editores, em plataformas como o YouTube, o Facebook e várias outras plataformas, ou pela interpelação direta dos utilizadores através das redes sociais. Procura-se proporcionar uma ilusão de proximidade ou intimidade com o artista, a celebridade. Entre as diversas mensagens que Björk dirige aos seus fãs, veja-se o *tweet* de 24 de outubro de 2011: «competition: create your own verse for cosmogony around a creation myth. björk will sing the winning verse live!»<sup>(24)</sup> Solicitando a sua participação, a cantora envolve-os no projeto, atribuindo-lhes responsabilidade e, ao mesmo tempo, premiando-a.

Muito mais do que um álbum, trata-se um *cluster* multimédia/lúdico, que através da convergência de meios, tecnologias e indústrias, agrega vários grupos de consumidores e provoca um conjunto de reações e retroações numa rede comunicacional híbrida. Internet, rádio, televisão, espetáculos ao vivo, *social media*, cinema são alguns dos meios envolvidos na construção progressiva da narrativa *transmedia*. A perceção, por parte dos utilizadores (*producers*) é progressiva e realiza-se por processos aditivos, multimodais e intertextuais.

---

(24) <https://twitter.com/bjork/status/128379802121027584> (consultado a 5 de março de 2018).

Ao introduzir *Biophilia* no MoMA, Paola Antonelli, curadora sénior do Museu de Arte Moderna de Nova York, colabora na legitimação pública do projeto, elevando o seu estatuto a obra de arte e objeto museológico: «With Biophilia, Björk truly innovated the way people experience music by letting them participate in performing and making the music and visuals, rather than just listening passively» (Antonelli *cit. in* Cooper 2014).

*Biophilia* é um exemplo expressivo de tomada de consciência, por parte de uma equipa artística, dos comportamentos de co-construção de significado e valor cultural na sociedade em rede. À formulação criativa associa-se um indispensável processo de *branding* atento aos novos modelos de negócio, que funciona, ao longo de todo o processo e em todas as suas variantes. A disseminação de uma ideia e conjunto de materiais processa-se, não só no sentido da reprodução de elementos musicais e imagéticos nucleares, mas também da sua extensão, desenvolvimento, fragmentação, variação, remontagem ou transformação, em diversos produtos ou formatos. Uma vasta rede tece-se entre uma diversidade de pontos que disponibilizam e recebem aspetos do tema, num complexo agregado *transmedia*. A cantora islandesa e a sua equipa criativa concebem o núcleo central de conteúdos a explorar no projeto (a mencionada combinação entre música, natureza, biologia e tecnologia), e o seu desenvolvimento, transmissão e reprodução realiza-se através de um processo de «contaminação». Um vasto conjunto de agentes (co-produtores, mediadores) das mais diversas áreas de atividade, estiveram implicados em componentes do projeto, distribuindo-se funções de (co)autoria por realizações tão diversas como novos instrumentos musicais, filmes ou páginas de Facebook. Materialização perfeita do conceito

«mundo artístico» vulgarizado por Howard Becker (1982),<sup>(25)</sup> no qual se enfatizam as dimensões de cooperação entre os diversos colaboradores no âmbito da produção artística. Neste *cluster* comunicacional, a sensação de «atividade» por parte do espectador/utilizador, é uma componente essencial na idealização e propagação do projeto. Canções, vídeos, imagens, filmes, projetos pedagógicos, aplicações informáticas, *sites*, *blogs*, *software*, instrumentos musicais, cenografia, figurinos, exposições, artigos de comentário, crítica ou divulgação, *tweets*, entrevistas, páginas e *posts* de Facebook, Instagram, etc. Ao experienciar alguns dos vários produtos realizados sob a égide do projeto, o utilizador vai acumulando informação e construindo a sua ideia sobre o tema. Neste percurso, ele próprio produz informação, que vai disponibilizando aos outros utilizadores, bem como aos responsáveis pelo projeto ou por algumas das suas componentes.

### «Gamificar» a experiência musical: um ciclo de canções de Michel van der Aa

O recurso a novas tecnologias de som e imagem na produção de trabalhos artísticos tem sido constante no percurso do compositor Michel van der Aa. Campo amplamente determinado pela ideologia do novo e da inovação, a composição musical recorre às tecnologias emergentes como instrumentos criativos, e também como veículos de incremento de capital simbólico. No *site* do compositor acima referido, constata-se a importância conferida

---

(25) «All artistic work, like all human activity, involves the joint activity of a number, often a large number, of people. Through their cooperation, the art work we eventually see or hear comes to be and continues to be. The work always shows signs of that cooperation. The forms of cooperation may be ephemeral, but often become more or less routine, producing patterns of collective activity we can call an art world. The existence of art worlds, as well as the way their existence affects both the production and consumption of art works, suggests a sociological approach to the arts.» (Becker 1992, 1)



às tecnologias digitais e audiovisuais como centro da sua imagem artística.<sup>(26)</sup> *The Book of Sand*, ciclo de canções, designado pelo compositor como interativo,<sup>(27)</sup> é um exemplo muito interessante de *web art*, que usa em seu benefício recursos e modos de comunicação disponibilizados ou inspirados pela Internet e pela relação com esta dos seus utilizadores. Inspirado no livro homónimo de Jorge Luis Borges (1975), e na sua estética fragmentada e ilusionista, e concebido especificamente para audiovisionamento *online* em dispositivos *touchscreen* – a obra encontra-se acessível gratuitamente num [website](#) ou através do *download* de uma *app* para *smartphone*.<sup>(28)</sup> O jornalista Hans Beerekamp escreve, sobre a estreia da obra, em junho de 2015: «A revolutionary app from the Holland Festival [...]. In many ways a wonder of cultural-technological significance. Experiencing “The Book of Sand” you flow from one level to the next, buoyed by the continuous, completely synchronic music.» (Beerekamp 2015)

A experiência propõe três camadas vídeo associadas a três registos musicais distintos, que correm paralelamente, permitindo ao espectador a escolha de um percurso próprio através de cenários, pontos de vista e música, que convergem nas personagens criadas pela cantora Kate Miller-Heidke. O espectador gere, e é gerido, por entre os conteúdos disponíveis, numa negociação criativa. A dimensão lúdica desta exploração reflete a do livro mágico de Borges que o inspira. Tal como este, os conteúdos

---

(26) Na biografia disponibilizada no *website* do compositor lê-se: «The possibilities of digital and audio-visual technology often feature, not as a surface gloss to his work but at the core of his artistic outlook.» <https://www.vanderaa.net/biography/> (consultado a 5 de março de 2018).

(27) O *teaser* de *The Book of Sand* pode ser consultado aqui: [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=4&v=MLg5NZMr3sM](https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=MLg5NZMr3sM).

(28) O projeto foi encomendado pelo Festival da Holanda e pelo Festival de Sydney, e apoiado financeiramente pelo Google Cultural Institute.

audiovisuais disponibilizados por Van der Aa, parecem não ter princípio nem fim, o espectador sente-se deslizar entre mosaicos de diversas realidades. Van der Aa reforça esta continuidade na seguinte afirmação: «In a way, he [Borges] invented the internet in his stories: there are so many hyperlinks and references to other stories. I thought it would fit the technical aspect of my piece very well.» (Van der Aa *cit. in* Westwood 2015). O modo como esta peça é exposta ao espectador leva-me a refletir sobre um possível processo de «gamificação» da experiência musical e multimédia, tendência observável em vários campos de atividade, e sobre o seu impacto nos fluxos culturais.

### Na casa de Gorillaz

Este mesmo intuito de conferir aos fãs uma sensação de proximidade dos músicos, determina a *app* lançada pelo grupo Gorillaz, em 2017, associada ao lançamento do seu álbum *Humanz*, da Warner Music. A aplicação multi-plataforma conjuga realidade mista e aumentada, vídeo 360° e realidade virtual e propõe uma imersão do utilizador no interior da casa onde vivem quatro personagens que representam os membros do grupo.

Step inside the hallowed halls of the Gorillaz house, won't you? For the very first time, all your pressing questions will be answered – where does Noodle find her inner chakra? What does 2D do on his time off from being a world famous frontman? When will Russel take his vibe to the streets? And what, exactly, is in the forbidden depths of Murdoc's lair? (Gorillaz 2017)

O álbum *Humanz* inspira-se, segundo Damon Albarn, na situação de desilusão e decadência perante a eleição de Donald

Trump como presidente: «I told everyone to imagine you're in America after the inauguration and it's the worst-case scenario: how would you feel that night? Let's make a party record about the world going fucking nuts.» (Albarn *cit. in* Ross 2017) Imbuídos na missão de promover um novo álbum, os promotores do projeto *Humanz*, transcendem amplamente este objeto, fazendo convergir vários instrumentos e *media*, artistas e públicos, numa complexa rede de acontecimentos e comunicação. Pretende-se, mais do que comercializar o álbum, promover uma marca – o grupo musical –, associando-a às competências e capacidade de deslumbramento das mais avançadas tecnologias e à lógica de consumo cultural dos públicos atuais.

Assim, para além do álbum, da *app* e vídeo associado, o grupo promove uma «festa mundial» para marcar uma primeira audição coletiva do álbum – [Humanz House Party](#) – com eventos realizados em diversas cidades, de cinco continentes, ao longo de três dias (21 a 23 de abril 2017) outorgando-se de ser «the largest ever geo-specific listening experience». Na prática, a escuta é realizada *online* através da *app*, com dimensões de realidade aumentada, enquanto se presenciam diversos tipos de eventos ao vivo. Bruxelas foi o primeiro dos 500 locais a acolher o projeto, no qual quatro *street artists* pintam painéis ao vivo, aludindo aos músicos Noodle, Russel, 2D e Murdoc.<sup>(29)</sup> À ideia de interatividade do evento, como combinação entre várias dimensões multimédia digitais e ao vivo, alia-se aos diversos produtos lançados no contexto do projeto e à divulgação realizada pelos *media*, e desperta

---

(29) O evento de Bruxelas teve lugar a 21 de abril de 2017, e reuniu os artistas Novadead (graffiti), Nean, Eres and Eyes-B.

uma diversidade de novas produções pelos fãs.<sup>(30)</sup> Estes, divulgam vídeos, imagens, que cruzam o imaginário audiovisual construído pelo grupo, e agregam-lhes a sua assinatura propondo, por vezes, uma visita às suas próprias realizações, como se pode ver no *link* que se segue, da responsabilidade de HolaArtista, no contexto do evento dos Humanz House Party em Houston (HolaArtista 2017). O vídeo disponibilizado no YouTube despoleta, ele próprio, reações de seguidores, nas quais se podem verificar, entre outros aspetos, a necessidade de se associarem a esta comunidade «imaginada» de fãs do grupo Gorillaz e coprodutores, com estes, de conteúdos de circulação na rede. Veja-se o comentário de Nonnez: «Lucky!!! I can't go even though it's so close to me, because I'm only 14 and my mother is over protective, so she won't let me go on my own, plus my dad is busy with work, and if I try to explain Gorillaz, my mother is religious so she won't like Gorillaz because of Murdoc!!!!!!;-;» (Nonnez *cit. in* HolaArtista, 2017).

### «Our City Needs a Symphony»

O dispositivo e metodologias de produção que originam *Toronto Symphony – Concerto for Composer and City*, encomenda da Orquestra Sinfónica da referida cidade a Tod Machover, com a parceria do MIT Media Lab, impregnam-se das possibilidades facultadas pelos modelos de comunicação e expectativas comportamentais que caracterizam a atual paisagem mediática. A ideia assenta na produção de uma obra musical sobre a cidade de

---

(30) No *link* apresentado de seguida, encontra-se a distribuição pelo mundo dos eventos reunidos sob a designação Humanz House Party, que se anuncia como «the largest ever geo-specific listening experience, bringing people together across 500 locations from Tokyo to Santiago» <http://www.gorillaz.com/humanzhouseparty/>.

Toronto com a colaboração ativa dos seus cidadãos, envolvida numa aura de inovação e produção colaborativa: «We believe that a totally new “musical ecology” is needed so that true creative collaboration between experts and amateurs can exist for the benefit of both.» (Machover e Torpey s.d.). O diretor musical – da Orquestra Sinfónica de Toronto, Peter Oundjian, que dirige a estreia da peça – salienta a necessidade de estimular, pela música, as potencialidades criativas dos novos meios: «Our city needs a symphony. We live in a great hub of creativity, diversity and innovation, and this is the right time to reflect the endless colours and sounds of the city through orchestral instruments» (Oundjian 2013).

Com a principal missão de envolver a comunidade no processo de produção da obra a estrear pela orquestra sinfónica da cidade, Machover definiu três modos de interação: 1) materiais musicais solicitados à comunidade; 2) música produzida por Machover e que seria enviada e disponibilizada para comentário e modificação; 3) sessões musicais em conjunto ao vivo. O compositor propõe uma estrutura geral, uma progressão harmónica e um conjunto de melodias de base, com o intuito de permitir a criação de uma unidade, e a sensação de reconhecimento.

A que soa a cidade de Toronto? Os moradores foram convidados a registar paisagens sonoras de quaisquer aspetos da vida urbana da cidade. Os contributos (que excederam os 10 000) e [comentários](#) foram centralizados pela equipa do MIT e geridos pelo compositor como elementos da composição em curso. Milhares de cidadãos participaram de diversos modos nos diversos processos de comunicação envolvidos na produção: por *e-mail*, *blog*, *skype*, *streaming* vídeo e áudio, e em sessões presenciais de

*performance* e gravação (cf. Machover 2013). Envolvem-se escolas, nas quais são realizadas ações de formação, requisitando-se propostas sonoras a integrar na obra. Numa fase subsequente, três *apps* (Media Scores, Constellation e City Soaring) e o *software* Hyperscore,<sup>(31)</sup> possibilitaram a manipulação sonora de componentes previamente produzidas pelo compositor e a produção de novos excertos. A composição orquestral, por seu turno, tem em conta estes conteúdos sonoros interagindo com estes, no que Machover indica como diálogo que põe face a face a cidade real e a cidade musical.

A obra estreia-se a 9 de março de 2013, no Roy Thomson Hall, acompanhada por projeções visuais concebidas para o efeito, sendo difundida pela *web*. A Torre CN<sup>(32)</sup> proporciona um espetáculo de luz em articulação com a *performance*.<sup>(33)</sup> Com este ambicioso projeto Machover pretende criar um modelo para criações colaborativas subsequentes: «The goal is to create a remarkable musical experience which will be rewarding in itself, but also to establish a model – and a concrete “playbook” – by which others can create complex creative collaborations between experts and everyone else.» (Machover e Torpey s.d.)

Depois desta primeira etapa, Machover e o MIT, no contexto do City Symphony Project, realizaram projetos análogos em Edimburgo, Perth, Lucerne e Detroit: «going beyond crowd-sourcing, City Symphonies propose a new model of collaboration, where people of all ages and backgrounds work together to make beautiful, meaningful music that none of them – including the

---

(31) Uma demonstração do *software* pode ser visualizada aqui: <https://www.youtube.com/watch?v=oXJOXI4lwUg>.

(32) Canadian National Tower.

(33) A conceção do espetáculo de luz na CN Tower é de Peter Torpey (do MIT Media Lab), que produz igualmente a projeção gráfica interativa para a sala de concerto onde a obra se estreia.

highest-level professionals – could have made alone.» (Machover e Torpey s.d.) Assim, o projeto ergue-se num paradigma de construção de públicos enraizado na dinâmica das redes de sociabilidade, das plataformas de comunicação e dos fluxos de informação fundadores da Internet.

### **Num campo de tensões económicas e criatividade**

A inscrição no paradigma de convergência dos *media* é, em grande medida, como não é difícil assentir, a admissão de um sistema informado pela lógica do capitalismo e no qual a ideia de acesso e distribuição equalitária de poder é ilusória. E é precisamente nesse campo de tensões que se emancipam percursos artísticos. Recorrem aos novos instrumentos disponíveis num quadro comunicacional pautado em grande medida por uma lógica e comportamentos progressivamente fixados pela grande rede mundial. E é com estas ferramentas que desafiam os ouvintes (e por estes são desafiados) a integrar níveis de perceção e jogo que reconfiguram os modelos novecentistas do espetáculo musical. Machover, Gorillaz, Björk ou Van der Aa têm consciência que o futuro da produção musical não se pode circunscrever à *performance* presencial, aos públicos das salas de concerto, ou à comercialização de álbuns. A sobrevivência do músico passa, também, pela aceitação das ideias de convergência, participação ou interatividade como comportamentos sociais que se naturalizaram com a expansão da Internet. E pela revisão das noções de autoria. A experimentação criativa investe-se em novos mecanismos de produção, das quais se salienta frequentemente uma dimensão colaborativa ou participativa (cf. Jenkins 2006; 2013). A pergunta mais pronunciada não é certamente a mais interessante: se as equipas artísticas

(ou os produtores/compositores) o fazem para garantir o lucro dos seus produtos, a sua sobrevivência como músicos, ou como apelo criativo, na necessidade de envolver novos instrumentos e modelos, agora disponíveis, na criação musical/audiovisual. Isso remeter-nos-ia a uma tentativa de redução binomial e romântica da economia da música: comércio *versus* inspiração ou, no limite, corpo *versus* mente. Não há dúvida de que as diretrizes discutidas por Jenkins são as que norteiam atualmente os comportamentos dos mercados culturais que neste se manifestam. Rendição ao sistema económico vigente? Ou negociação criativa com o mesmo? A cada leitor, espetador, ouvinte, crítico ou participante no evento, a sua resposta. No entanto, aquilo a que chamamos realidade é hoje informada por uma componente importante ou substancial não só de informação digital, como dos sistemas e metodologias que esta estrutura, ou que são por ela estruturados. Compete-nos mantermo-nos atualizados e criticamente ativos. O poder corporativo de mecanismos da Internet sobre o nosso quotidiano é tão mais importante se nos abstermos de o discutir.



## Referências

- Becker, Howard. (1982). *Art worlds*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Beerekamp, Hans. 2015. «The Book of Sand.» *Michel van der aa*. Consultado em 20 de Dezembro de 2017. <https://www.vanderaa.net/thebookofsand>.
- Biophilia Educational Project. 2014. Consultado em 15 de Janeiro de 2017. <https://biophiliaeducational.org/#about>.
- Björk. 2011. «Biophilia App intro Narrated by David Attenborough.» 19 de Julho de 2011. Consultado em 15 de Janeiro de 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=o8AELvVUFLw>.
- Bolter, Jay David e Richard Grusin. 2000. *Remediation, Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Bruns, Axel. 2007. «Producers: Towards a Broader Framework for User-led Content Creation.» In *Proceedings Creativity & Cognition*. 6, Washington. <https://eprints.qut.edu.au/6623/1/6623.pdf>.
- Bruns, Axel. 2008. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Producers*. New York: Peter Lang.
- Burton, Charlie. 2011. «In Depth: How Björk's "Biophilia" Album Fuses Music with iPad Apps.» *Wired*. 26 de Julho de 2011. Consultado em 20 de Janeiro de 2018. <http://www.wired.co.uk/article/music-nature-science>.
- Cádima, Francisco Rui. 2015. *A era digital. Primeiros impactos*. Lisboa: Media XXI.
- Castells, Manuel. 2004. *A galáxia internet – reflexões sobre Internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, Manuel. 2011. *A era da informação: economia, sociedade e cultura, a sociedade em rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Chayko, Mary. 2008. *Portable Communities, the Social Dynamics of Online and Mobile Connectedness*. New York: Suny Press.
- Chion, Michel. 2011. *A audiovisual, som e imagem no cinema*. Lisboa: Texto & Grafia.
- Cooper, Leonie. 2014. «Björk's "Biophilia" Becomes the First App to Be Inducted into the Museum of Modern Art in New York.» *NME*. 13 de Junho de 2014. Consultado em 14 de Dezembro de 2017. <http://www.nme.com/news/music/bjork-53-1228162>.
- Gorillaz. 2017. App Gorillaz. Consultado em 14 de Janeiro de 2018. <http://www.gorillaz.com/app/>.
- Greenfield, Adam. 2006. *Everyware*. Berkeley: New Riders.
- Hay, James, e Nick Couldry. 2011. «Rethinking Convergence/Culture, an Introduction.» *Cultural Studies* 25:4-5, 473-486. Consultado em 14 de Janeiro de 2017. [doi:10.1080/09502386.2011.600527](https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600527).
- HolaArtista. 2017. «Humanz House Party Houston – Texas.» *YouTube*. Consultado em 14 de Janeiro de 2018. <http://www.gorillaz.com/humanzhouseparty/>.
- Jenkins, Henry, Sam Ford, e Joshua Green. 2013. *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York – London: New York University Press.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York – London: New York University Press.
- Kiss, Jemima, e Alex Neeham. 2011. «Björk's Biophilia App: A Recline and a Music Fan Write.» *The Guardian*. 20 de Julho de 2011. Consultado em

- 3 de Janeiro de 2017. <https://www.theguardian.com/music/musicblog/2011/jul/20/bjork-biophilia-app>.
- Machover, Tod, e Peter Torpey. s.d. «Massive Collaboration.» Consultado em 20 de Novembro de 2017. <http://opera.media.mit.edu/projects/toronto/>.
- Machover, Tod. 2013. «Launch #3 – The City Soaring App!.» *A Toronto Symphony*. Consultado em 20 de Novembro de 2017. <http://toronto.media.mit.edu/?p=556>.
- Manovich, Lev. 2007. «Understanding Hybrid Media.» *Manovich's Blog*. Consultado em 11 de Janeiro de 2017. <http://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media>.
- Marantz, Andrew. 2012. «Inventing Björk's Gravity Harp.» *The New Yorker*. Consultado em 15 de Janeiro de 2018. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/inventing-bjrks-gravity-harp>.
- Murray, Ben. 2015. «Remixing Culture and Why the Art of the Mash-up Matters.» *Cruch Network*. 22 de Março de 2015. Consultado em 25 de Março de 2017. <https://techcrunch.com/2015/03/22/from-artistic-to-technological-mash-up/>.
- Ross, Alice. 2017. «Damon Albarn: New Gorillaz Album Inspired by Trump's Election.» *The Guardian, International Edition*. 10 de Abril de 2017. Consultado em 20 de Janeiro de 2018. [https://www.theguardian.com/music/2017/apr/10/damon-albarn-gorillaz-new-album-humanz-response-trumps-election?CMP=tw\\_t\\_a-music\\_b-gdnmusic](https://www.theguardian.com/music/2017/apr/10/damon-albarn-gorillaz-new-album-humanz-response-trumps-election?CMP=tw_t_a-music_b-gdnmusic).

- Sorcinelli, Gino. 2016. «The Gorillaz Made an Entire Album with an iPad.» 27 de Outubro de 2016. Consultado em 25 de Novembro de 2017. <https://medium.com/micro-chop/the-gorillaz-made-an-entire-album-with-an-ipad-46cfbd78ee01>.
- Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Westwood, Matthew. 2015. «The Book of Sand: Michel van der Aa Explores Digital Media.» *The Australian*. 22 de Outubro de 2015. Consultado em 14 de Dezembro de 2017. <https://www.theaustralian.com.au/arts/music/the-book-of-sand-michel-van-der-aa-explores-digital-media/news-story/d852063314f8bab98fa0c6001d1495ea>.
- Wilkinson, Matt. 2010. «Damon Albarn Records New Gorillaz Album on an iPad.» *NME*. 12 de Novembro de 2010. Consultado em 25 de Novembro de 2017. <http://www.nme.com/news/music/gorillaz-42-1287186#ocedXwZspyw4QEfl.99>.
- Wilson, Edward O. 1984. *Biophilia, the Human Bond with the Other Species*. Cambridge: Harvard University Press.
- Wiltse, Ed. 2004. «Fans, Geeks and Nerds, and the Politics of Online Communities.» *Proceedings of the Media Ecology Association* 5:1-7.

# The mobility of music: analysis and considerations concerning music and mobility today

---

GUILLERMO DE LLERA BLANES

## Defining mobile music

As a scholarly topic mobile music can be considered to study—and in certain cases challenge—the music of portable listening devices, and addresses how electrical, digital and mechanical technologies, with their corresponding economies of scale, have made music and sound increasingly ubiquitous and mobile-portable. Mobile music provides an opportunity for investigation on separate processes involved in consumption, distribution, experience and production of music and sound that have been undergoing rapid transformations from the late nineteenth century to today (Gopinath and Stanyek 2010).

Other examples of mobile music studies are the movement of sound and music; of sonic practices and sociabilities that define communities of sharing, supporting and purchasing music through social media, of the portability of devices and musical instruments in physical and virtual form, and finally of the digital transfer of files and documents, notated or otherwise pertaining to musical consumption or production. It is a contemporary research field,

living in the now, at a point of convergence between old and new paradigms with an important bastion that heralds these new times; the statistic that tells us that mobile internet data consumption now overtakes that of laptops and PCs (Dreyer 2015).

Hence, for the purpose of this paper an overview of recent trends in the field will be provided, paving the way for a debate on new theoretical potentials in the field of ethnomusicology. By discussing today's usage of mobile devices, particularly, controllers, smartphones and tablets that can manipulate and reproduce music, and allow consumers ubiquitous access to music while enabling artists to not only create music, but also navigate sectors within the musical economy with growing independence and control of their musical careers I propose that smart devices are powerful enablers of a DIY<sup>(1)</sup> approach. Largely due to the fact that the internet has connected us all in a number of previously unprecedented ways, disintermediated the marketplace and enabled quick and easy bi-directional communication between creators and fans, I suggest that a rethinking of certain topics is in order, such as the effect of new technologies on DIY cultures, physical music consumption in the age of streaming, mobile music studios, laptops as musical instruments, the evolution of Djing, sampling and remix cultures into more 'hands-on' musical performances via the use of controllers, the mutation of soundscaping into an interactive practice, and many others.

### **The role of mobile technologies in music today**

In order to better describe the important role mobile technologies are having on music today, I would like to begin with recent

---

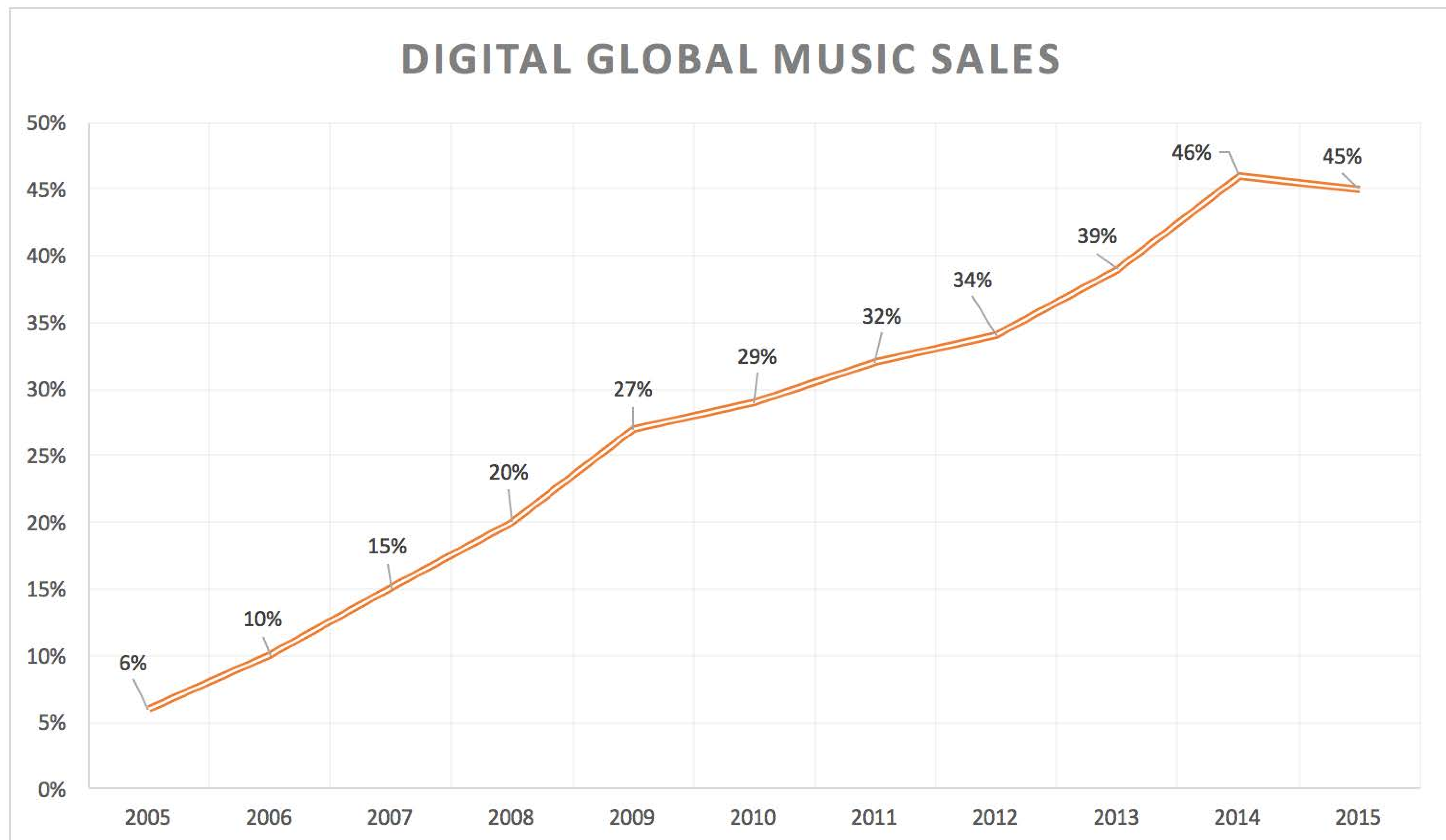
(1) Do It Yourself.

statistics provided by various news sites, tech blogs and mobile device manufacturers, that illustrate why mobile devices are truly becoming the principal technological players in the democratization of music today:

- By 2013, mobile internet devices had already exceeded the number of humans on the planet (The Guardian 2013).
- By 2014, 56% of online content was consumed via smartphones (44%) and tablets (12%) while just 44% was consumed on desktop computers. When listening to music however, the numbers tilted even further towards consumption on mobile devices with 95% of online listening happening through mobile devices (79% smartphones and 16% tablets) and 5% of music on desktop (ACI 2014).
- In 2015 smartphone usage rose by 394%, while tablet usage increased by a staggering 1,721% with both platforms combining to account for 60% of digital media time spent (Comscore 2015).
- It is estimated that by 2017 the average smartphone generated 2,7GB of data traffic a month—almost a tenfold growth from the numbers reported in 2012, according to Cisco (The Guardian 2013). Finally, mobile broadband will account for 90% of all subscriptions by 2022 (Ericsson 2016).

Within the music industry, it is an accepted fact that mobile music consumption is already the dominant force affecting the industry and determining the outline of the new playing field for major and minor players alike. If we analyze the last decade of IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) global

music reports, we can discern an increase in digital music revenue and a clear accentuation towards mobile music.



**Example 1.** Information source: IFPI Music Reports (2008 to 2016). Table by Guillermo de Llera Blanes.

As we move to a more mobile ecosystem, there is a natural transition towards services that provide subscription access rather than à la carte ownership. That changes people's listening habits, they are more likely to experiment and discover new music. We need to ensure that our music is on the services that consumers are embracing and that we and our artists are paid fairly (Wiesenthal 2015, 15).

We can consider mobile music as a consumption trend that will continue on to the future and continue to exact changes upon the marketplace. We can also surmise that music consumption

will be on the rise as internet coverage and speeds increase in the coming future. So as not to take the risk of producing a paper that comes across as West-centric, or partial to developed nations (a term I very much dislike), I would like to point out recent statistics that reveal that from 2013 onwards, the fastest growth in data traffic occurred in the Middle East and Africa, which saw a 77% compound annual growth rate (CAGR), while the Asia/Pacific region saw a 76% CAGR and Latin America a 67% CAGR.

### **Breaking away from old(er) paradigms**

In 2008, Andrew Leyshon wrote that there are four main types of musical network: creativity, reproduction, distribution, and consumption; each playing a distinct functional role in the value chain of the musical economy. The scope of music industry was encompassed by the four networks that when interlinked comprised the meta-experience of all recorded music (Leyshon 2008).

Today all of those networks have been heavily transformed, with the subjugation of the reproduction and distribution networks largely affected by the processes of digitization and disintermediation; transformation of the consumption network as mobile technology emerged and bandwidth speed increased, and the democratization of the creative networks as non-proprietary tools and controllers and developments of cloud-based structures essentially rendered the music studio mobile.

Somewhat different to Leyshon's perspective, which analyses the democratization of technology and its effects on the music industry, I propose to take a different approach for my analysis and consider the effects that the democratization of technology has had on the general *marketplace*, on *consumers* and on *creators*.

## The digital marketplace

Dragged down by its own bulk and ripped apart by the rebellious energy of the file-sharing revolution, the recording industry hit rock bottom [...]. Today signs of renewal are everywhere: amazing technologies, smart business models, even ringtones as hit singles. The best part? An explosion of creativity from artists and fans alike. Rock on (Steuer 2006, 170).

This is a process that has been made possible by the effects of disintermediation that occurred as the internet became a widespread channel for the flow of communication, information and economic transactions. This fostered a more direct interaction between buyers and suppliers, risking the elimination of traditional intermediaries in the supply chain (Malone, Benjamin and Yates 1987). Moreover, the cost of transactions in electronic markets were notably inferior when opposed to the prices seen in traditional markets (Lee and Clark 1996), which gave way to the process of disintermediation, that heavily affected the music industry as well.

Yet as Chircu and Kauffman described, although electronic markets have very specific intermediation needs, one of which is aggregation, which allows for the occurrence of disintermediation, the disintermediated players are not likely to fold without a fight, and inadvertently seek to reintermediate themselves.

Thus this cyclical pattern of intermediation, disintermediation and reintermediation, dubbed as the IDR,<sup>(2)</sup> is typical of an industry affected by technological innovations, and is likely to occur repeatedly, on loop (Chircu and Kauffman 1999).

---

(2) Intermediation, Disintermediation and Reintermediation.



Major labels, when confronted with streaming and the possibility of losing astronomical amounts of money in the process of disembodiment of media, responded with extortion; by allowing Spotify to utilize their catalogues if Spotify in turn gave them equity and huge royalty advances (Leonhard 2013).

Regardless of this kind of reintermediation by the majors, holding music ransom so to speak, and all that it entails regarding transparency in the market and control over music, the fact remains that for independent artists the pathways that led them to their fans have become more direct and easier to navigate. In the previous reincarnation of the music business—I won't call it traditional because it wasn't always so—when intermediaries were abundant and owned the gateways and the keys to success the value chain of the recording industry typically looked as follows.

---

Music Artist > Record Company > Distributor > Retailer > Consumer/Fan

---

## Aggregation

With digital aggregation today the pathway between music artist and consumer or fan is much more direct, and the flow of money is also much more transparent, albeit with a few caveats regarding rights managements and the involvement of performing rights organizations. For instance, a digital aggregator collects sound recording royalties, but not mechanical rights or intellectual property rights, which are still suffering heavy intermediation on the part of performing rights organizations. Gerd Leonhard in *Music 2.0* makes a case for the eventual fading away of PRO's as technological solutions advance (Leonhard 2003).

## Today's DIY

Another common path taken today:

---

Music Artist > Aggregator > Consumer/Fan

---

Despite the occurrence of a lower level of intermediation due to structure-specific market needs, such as the aggregation occurring with digital distributors, the explosion of mobile internet consumption and the ease with which an artist can communicate to fans via smartphone or tablet, at any given time, via social networks and other internet channels, has nevertheless bridged the gap between creator and consumer. This has opened a window of opportunity for artists to reach their public quickly and derive their earnings from custom strategies and relationships built with their fan base. Going directly from artist to fan has revolutionized the way music is branded, marketed and promoted in the independent sector. Closeness to fans has allowed for crowd-funding, direct-to-fan and patronage models to emerge, develop and evolve. Three of the most common systems independent artists—big and small—have been using in the recent years in order to monetize their fan bases directly are: direct-to-fan releases and sales, crowdfunding platforms, and the patronage model.

### The direct-to-fan model

Some internet savvy musicians have already been taking advantage of these new possibilities with some success and present, distribute, market and derive profit from their music on global level, but notable cases such as Radiohead, Nine Inch Nails, Amanda

Palmer, Jill Sobule, and Metric Case are good examples of how it could be done with a greater degree of success.

Such is the importance of this method today that the reputable Berklee College of Music, via Berklee *Online*—its *online* teaching branch—includes this method as a fundamental part of their “*Online Music Marketing: Campaign Strategies, Social Media, and Digital Distribution*” course,<sup>(3)</sup> which is part of their Music Business Master’s Degree.

Lessons on direct-to-fan approaches appear as much as five times in this course:

- Lesson 1: *Music Marketing: Past, Present, Future*
  - A New Way Forward: *Online* Direct-to-Fan Marketing;
  - Direct-to-Fan in Action: Trent Reznor, Jill Sobule, and Metric Case Studies;
- Lesson 6: *Direct-to-Fan: Offer Strategies, Structuring Your Campaign, Implementation*
  - Key Direct-to-Fan Measurements;
  - Direct-to-Fan Marketing Campaign Structure, Planning, and Implementation;
- Lesson 7: *Third Party Online Retail and Distribution Options*
  - Direct-to-Fan Projections vs. Traditional Retail Projections.

In short, the direct-to-fan model emerges as a new cost-effective and readily-accessible medium of agency for artists by enabling them to generate awareness and interest in their music directly with their fans, identifying, marketing and developing relationships

---

(3) See <https://online.berklee.edu/courses/online-music-marketing-campaign-strategies-social-media-and-digital-distribution>.

with those fans, and through direct sales, monetize those relationships by providing separate purchasable items or through membership packages. The direct-to-fan model acts as a community fan-forum centered on an artist, who provides content to the fan in exchange for money or for marketing activities such as sharing and spreading awareness of the artist's work.

### **The crowdfunding model**

Another important model with which to leverage fan base to fund new recordings or musical products is the crowdfunding model. Acting as product pre-sales, with crowdfunding, the musician raises monetary contributions from a large number of people (the "crowd" aspect). Each supporter provides a small piece of the intended amount, together combining their economic power to support an independent artist they admire or believe in. Like the direct-to-fan scenario, this model relies heavily on fan participation, not only in contributing financially but also in marketing *online* by sharing and publicly endorsing the artist or project.

In 2012 Amanda Palmer, an American artist, raised \$1 192 793 in the crowdfunding platform [Kickstarter](#). In 30 days 24 883 people pledged (funded) her campaign to release her new album, and 94% of the project's pledges were pre-orders of the record (see link to campaign).

\$1, would give fans access to the album as a digital download; \$5 would give them a download and a PDF, while for \$25 they would have access to digital download of the album and receive a CD at their home. \$50 would give them the download and a vinyl, and for \$125 the download, vinyl or CD, and limited edition art book.

23 383 copies of the album were pre-ordered, with more than 80% of pre-orders being for more than the minimum pledge of \$1. The average payment for the album was \$16,25, making Palmer's earnings many times more than she would get for a traditional physical or digital sale of her record.

An interesting point is that although pre-orders made up 94% of the pledge, more than \$300 000 was made with pledges that offered experiences rather than things, such as attendance to a backers-only show; a private show in their house or dinner with the artist who would paint the backer's portrait.

It is important to mention that Palmer is a guru at managing and leveraging fandom through the internet. She is extremely active in her use of social networks, and uses them to organize surprise private performances in parks for her fans, *online* auctions of assorted memorabilia, or for discussing topics with her fans. Most importantly, while on tour she takes the time to plan meetings with fans in public spaces (parks, mostly) where she plays ukulele, signs autographs, takes pictures, and connects with her fan-base (Palmer 2009).

This crowdfunding campaign speaks volumes when it comes to participatory experience, as Palmer was able to effectively spur her huge fan-base into action through the use of social networks as she had done so many times before. One such example was how she made \$19 000 in ten hours using twitter. At first she tweeted: "I hereby call THE LOSERS OF FRIDAY NIGHT ON THEIR COMPUTERS to ORDER, motherfucker." This took her to #1 trending topic on twitter within a few hours, as thousands began following and participating on the conversation. With a list of politically charged but humorous slogans at hand Palmer wrote

the slogans on t-shirts with a sharpie pen, in real-time, as people ordered through an impromptu website that was created on the spot by a friend. Slogans about what the government should do for the people included such rants as free government-issued sweatpants, pizza and ponies, no tax on coffee etc. (King 2009).

### **The patronage model**

A third model has recently emerged, which is similar to crowdfunding but is based on recurring payments. It is a subscription-based funding site for artists, essentially a form of patronage in which the fan commits to paying a fee, with an optional monthly maximum, to sponsor an artist's ongoing creations. Still in its infancy, internet patronage is growing quickly and Patreon<sup>(4)</sup>—the leading platform using this model—registered a ten-fold growth in revenue in the first half of 2014 (TechCrunch 2014).

All these models rely heavily on interaction and participation of fans. The potential of organized fans to create and promote branded commodities is important for the success of these models. Fans can easily establish connections to a desired subculture and invest a significant portion of their time and energy involved with their interest, often as a part of a social network.

Artists and bands alike have developed these and other online strategies through which to reach their fans directly and derive direct profit without the interference of intermediaries. As Madden puts it: "Artists and musicians on all points of the spectrum from superstars to starving singers have embraced the internet as a tool to improve how they make, market, and sell their creative works. They use the internet to gain inspiration, build community

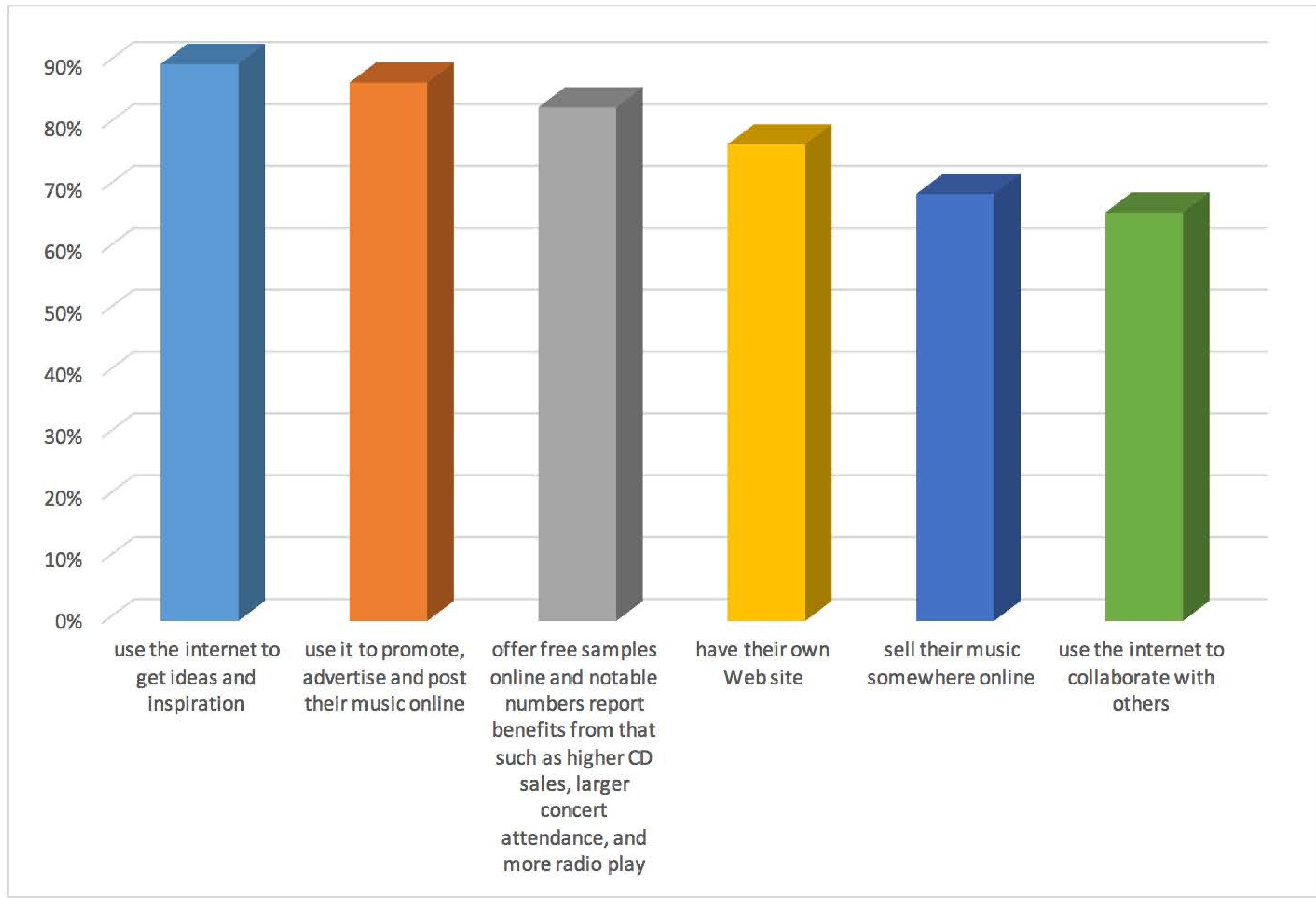
---

(4) See <http://patreon.com>.

with fans and fellow artists, and pursue new commercial activity [...]. Many independent musicians, in particular, see the internet as an alternative way to bypass traditional distribution outlets” (Madden 2004). They are hinging on the free-flow of continuous, all-access, disintermediated communication made possible by the internet and mobile technology. This is important because now, through our mobile devices, the internet is always with us, we are always connected to the networked society.

According to Madden, 83% of artists who make money from their music use the internet. As many as two-thirds state that use of the internet has provided gains for their careers, and is “very important” in helping them create and distribute their music. She continues by providing the following numbers:

- 90% of respondents use the internet to get ideas and inspiration;
- 87% use it to promote, advertise and post their music *online*;
- 83% offer free samples online and notable numbers report benefits from that such as higher CD sales, larger concert attendance, and more radio play;
- 77% have their own website;
- 69% sell their music somewhere *online*.



**Example 2.** Artists' use of the Internet. Graphic representation of the numbers provided by Mary Madden. Chart by Guillermo de Llera Blanes.

So, technological developments have removed the two traditional barriers for independent musicians; high production costs and lack of technical recording skills, and the internet has allowed musicians to begin to market and distribute their music independently. Setting up websites to promote and distribute digitally recorded music tracks has become affordable for independent musicians, while reaching online music stores such as Apple's iTunes and internet streaming services such as Spotify has become easy, inserting independent musicians directly into the value chain of global distribution. "So in terms of barriers to entry, new digital technologies have had a tremendous flattening effect



on the industry and allowed a much higher number of musicians to enter the industry and function as independent producers” (Hracks 2012).

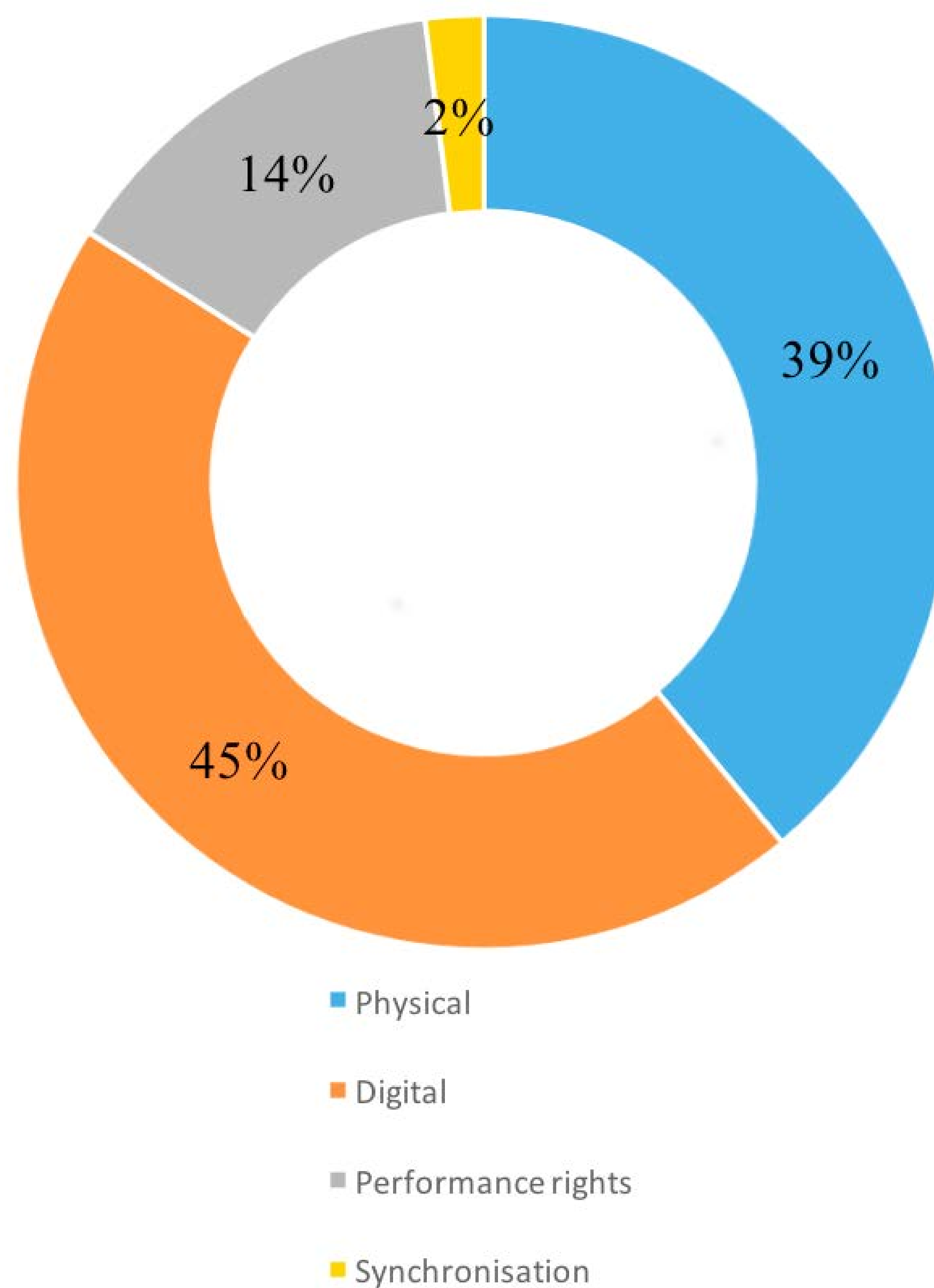
I find it important to mention that independent artist’s DIY movements are not exclusive of the internet era as can be verified by the Punk subcultures, Fugazi fan mobilizations, DC hardcore movements and the Deadhead travelling groups of followers of the 70s, 80s and 90s.

The punk subculture was notably anti-consumer culture, and adamant about denouncing dependence on established societal structures. Part of the punk aesthetic, was to consider self-expression as an independent affair (Triggs 2006). Punk bands would record, produce merchandise, and distribute and promote their works without depending on the established music system or industry. Extreme views about independence would often mean that basement shows in residential homes were preferable to traditional venues, thus ensuring the creative freedom while keeping them at bay from association to corporate sponsorship.

Ian MacKaye, from Minor Threat and Fugazi, was well known for his militant belief in anti-corporatism and DIY culture. DIY culture follows an ethic of self-sufficiency that promotes the idea that completion of tasks are of the responsibility of the individual and should be autonomous, requiring that the adherent seeks out the knowledge and expertise needed to complete a given task.

The old barrier that allowed entry to the music sector only to those who have secured the ownership and protection of artistic content in the supply chain is now crumbling as the supply chain is overhauled and ownership remains with the artist. Intermediaries that interrupt the direct link between musicians and their fans,

forcing musicians to communicate through their management companies and record labels, are disappearing as their roles become obsolete, and music can now be distributed at the price of an internet connection, while payment technologies are reducing the transaction costs of its commercial exchange (Lewis *et al.* 2005).



**Example 3.** 2015 global music revenues by segment. Information source: IFPI. Chart by Guillermo de Llera Blanes.

In his book *Music 2.0* (2003), Gerd Leonhard stated his belief that music would eventually be like water, a service utility readily available to all connected to the grid, the internet. Music would cease to be a product to become a service. With the advent of

streaming and the increase in digital consumption of music his prediction became realized. According to the IFPI Global Music Report of 2016, Digital has overtaken Physical with 45% of global revenues, with download and physical revenues decreasing and streaming revenues now accounting for 45,2% of all digital revenues. Music has now become like water, a service utility. With this transition from an economic model based on scarcity to one of abundance, the consumption of music has increased by 3,2% in the last year, with recorded music revenues totaling US\$15 billion, and resulted in the first significant growth seen since 1995; the industry's first measurable year-on-year growth in 20 years (IFPI 2016).

So the pie has grown bigger, but the slices have grown smaller. There is more money in music but the unitary value has dropped because of a drop in the monetary value of music.

Leonhard also discussed in 2003 that digital music services would eat away at the pricing schemes in place in the early 2000s, changing the monetary value of music, principally due to erosion of said value as a result of increased competition, pirating and cheaper digital pricing scales for downloaded songs as opposed to physical sales. This would bring on a liquid pricing system that comprised of subscription services (see streaming big players Spotify, Apple Music, Deezer, Tidal etc.), multi-channel and multi-access charges (see Playster, Sony and Warner's "The Netflix of Everything", the world's first all-in-one entertainment streaming service, providing on-demand access to music, movies, audiobooks/ebooks and games), and other added-value services (ACI 2015).

Already in 2007, micro-payments and the concept of selling less of more (having lower unitary sales numbers but of a much

larger catalogue base) was being heralded as the wave of the future for music (and media) consumption. The following sentence appeared in the 2007 IFPI Global Music Report and illustrates this point well: “some of the online business will be about micro transactions where a million dollars of revenue can be the result of 57 million transactions!” (Kennedy 2007).

These new economics of distribution were revealing a change of paradigm in business, shifting focus from maintaining products at the forefront of the demand curve to the abundant variety of niches and residual products at the tail of the curve. The “Long Tail”, a term coined by Chris Anderson, Wired Magazine editor-in-chief, defended that products that are in low demand or have low sales volume can collectively make up a market share that rivals or exceeds the relatively few current bestsellers and blockbusters, but only if the store or distribution channel is large enough. This is selling less of more (Anderson 2008).

Yet, although this possibility, of selling less of more, has become a fact with digital aggregators, it can only truly be potentialized if the mechanisms in place for curation and discovery of new and/or different music are not obscured by interests imposed by big corporations.

Although “the rise of the internet era” is viewed by most musicians as a treasure trove of potential earnings and artistic independence, there are pitfalls to consider, and the path is a winding road, as Scott Kirsner has so expressively put it in the following passage:

If you are a glass-half-full type, you’ve already realized that the era of digital creativity presents incredible opportunities. You can do what you

love, reach an audience, and earn some money. What starts off as a small fan base can quite suddenly go global, enabling you to quit your day job and earn a solid living. The flip side is that there has never been a noisier, more competitive time to try to make art, entertain people, and tell stories. Everyone is doing it, and so there is an incredible surplus of content in every art form [...]. Breaking out, somehow, is more of a possibility than it has ever been—and harder than it has ever been. The attention of an individual audience member anywhere in the world is simultaneously easier to snare (a multi-million-dollar marketing campaign is no longer required)—and harder than ever to snare (Kirsner 2010, 2).

### **Consumption now**

There is no denying that the consumption of music has suffered radical changes in the last decade and is increasingly based on digital technologies. Not only has the medium changed drastically, from mechanical to electrical to digital devices, ranging from the portable gramophone, the walkie-talkie, the transistor radio, the automobile radio, the portable field recorder, hearing aids, the boombox, the walkman, the iPod, the smartphone and the tablet (Gopinath and Stanyek 2010), but also its monetary value and physicality, as a product evolved in substantial form from physical formats to digital ones, and from local to virtual cloud-based storage.

## Streaming worlds: ubiquitous access over ownership

The unsurpassed reach of the Internet and the emergence of a range of new digital technologies have transformed virtually every corner of the music industry for fans and creators alike. While consumers enjoy vastly more options, these market disruptions are presenting a range of important challenges for creators, producers, and distributors of music (Rethink Music 2015).

The widespread use of mobile devices, particularly smartphones, have made our notebooks, agendas, calendars, and music library portable. This has implied a greater dependency on cloud-storage due to limited storage space on mobile devices and greater internet coverage. This in turn, has meant that access to music—particularly since the onset of streaming—has become more important than ownership to most consumers, seeing that a physical product is cumbersome to transport in comparison to a mobile device.

Cloud-based storage (em)powers streaming and is a clear and demonstrative example of an increased mobility of music, as it is not tethered to physical mediums and resides in the cloud, ready for access at any time or place in the internet of things. Today, our entire music library can be accessible to us at all hours via our smartphone or internet-enabled tablet, readily available at the touch of a finger at the streaming app (application) of our choice. We bring our library with us in virtual and digital form. The numbers show that by now, mobile devices have become the tool of choice with which to listen to music (TechCrunch 2015a).

For instance, streaming giants Spotify have seen their user base grow from 20 million in 2012 to 68 million in 2016.

One of the determining factors in the widespread user adherence to paid-streaming services is the affordability of these services. At a monthly fee of €6,99, or €10,99, for a family subscription with unlimited access for six people (Apple Music and Spotify prices in October 2016), the added value for unlimited access to over 30 million songs is an attractive prospect to people of all incomes. People of middle income are particularly drawn to these services, signifying that to those with little expendable income music streaming has good value for money.

IFPI estimates inform us that in 2016 there are 68 million people paying for a music subscription service, a sharp rise from the 41 million at the end of 2014. In 2010, there were only 8 million streaming subscribers. The lion's share of streaming subscription growth is coming from two services, Apple Music and Spotify. Apple Music launched in June 2015 and reached around 10 million subscribers by the end of the year, whereas Spotify had 15 million in January 2015 and 28 million by the end of the year. Between the two, that accounts for 23 million net subscriber additions, in an overall market that added 27 million net new subscribers in 2015 (Musically 2016). Seeing that of the two, Spotify is the oldest and biggest, for the purpose of this paper I will focus my examples on Spotify alone.

Although streaming is the new trend in 2016, it does not drive all of digital consumption, as digital and physical purchases continue to thrive, albeit on a downward slope. Quoting the IFPI 2016 Global Music Report: "While mobile-connected music fans are principally driving streaming, physical formats remain important in some major markets [...]. For example, while still a very small fraction of the market, vinyl has proven successful in some

highstreaming markets, reflecting some consumers' appetite for highquality sound, artwork and a tangible product they can collect and own" (IFPI 2016).

It is abundantly clear that physical ownership is becoming somewhat of a "collector's habit" in today's *disembodied* era of mobile music. To paraphrase Leonhard once more, we are not interested in owning music today, we are interested in free access at all times. This tendency towards digital consumption, when put in the context of a networked society in which opinion is communicated freely and commonly, has fostered an environment in which the user becomes a curator of tastes. This process will only increase in the near future.

## Curation

A networked form of communication has developed between users around the globe who "archive, annotate, appropriate, and recirculate media content" (Jenkins 2006) to communicate their thoughts, feelings and desires to the world, including what they are listening to, what music they have enjoyed or found on a particular platform, or what their own followers and friends should support as well. Individual or corporate marketing and promotion has become increasingly dependent on online channels, and dependent on fan engagement to spread and pass on the intended information, be it the release of a song, news about an artist, pictures of a concert, etc.

Digital consumption in networked society has also brought about changes in amateur and professional curation. Streaming services allow for the creation of playlists, which can become powerful mediums of fan-based promotion on a grassroots level



because they are non-platform-specific and can be easily shared and accessed from any platform without the need to leave it. This kind of adaptation on the part of services is demonstrative of the efforts they expend in babying their users, in order to retain their loyalty, by providing quality in cross-platform user-experience. If they are serious about providing ease-of-use and quality experience in music discovery, streaming services need to abate the “noise-level” that has arisen in the aftermath of the music services catalogue arms race, and allow for easier discovery of relevant music. The difficulty in making sense of 30+ million songs has made for a detrimental effect on consumers’ digital music experiences, and the response from streaming platforms has been to use discovery and editorial curation to group and filter relevant content for each user. This *tyranny of choice* coupled with a small amount of “front end” display for digital services—especially on mobile devices, hinders discovery and hides 99% of artists under a cloud of obscurity. In order to counter this effect, Spotify has developed a successful algorithm based on mapping consumers listening habits and created the popular Discover Weekly playlist (Music Industry Blog 2014).

In 2014 Spotify acquired Echo Nest and assigned it to the processing and analysis of over 2 billion user-generated playlists in order to map not only personal tastes, by creating a listening profile for each user, but also to index each song by micro-genre. Generic divisions of genre are too generalized for the algorithm, and so each genre is divided further into stylistic strands. Spotify’s algorithms are able to determine which users have similar tastes in musical genre and micro-genre and groups them into clusters. Analysis of which songs are frequently played by each user in a

cluster allows the algorithms to determine which tracks each user favors. If a user's playlist has two songs in common with another user's playlist but not a third song in said playlist, then that third song will appear on that first user's Discover Weekly playlist which rolls out every Monday. Song engagement weighs heavily on the formula of personalized music recommendation that Spotify uses. Any song that has a high volume of plays from their own curatorship service and matched a micro-genre in a user's playlist will appear in that user's Discover Weekly playlist as well (Bananas Music Branding 2016; TechCrunch 2014).

Spotify states that 55% of their users have connected their accounts with Facebook, which means that the music they listen to appears on their friend's Facebook feed, in a way promoting their music tastes to their acquaintances. Spotify needs user's friend lists in order to create a music social sub-graph of friends with similar taste in order to run their own algorithms and run effective music recommendation from familiar sources.

Peer validation and word-of-mouth dissemination, reminiscent of the hand-me-down mixtapes of the old cassette world, have brought the fan back into the center of promotion processes for a lot of independent artists and bands. Multitude as collective agency; wherein the capacity for people to organize themselves, have political participation and exact their right to self-determination plays a large part in this process and is a powerful driving force behind the success of musicians who achieve independence and financial freedom disintermediated from the music business as it used to be.

For artists streaming coupled with advances in networking and web technology has brought about a welcome trend in insights

as to the consumption of their music. Like aggregators, Spotify has responded to calls for a fair music economy in the internet age (see Rethink Music 2015), and embraced net-transparency, providing daily insight into streaming numbers to verified artists and managers. It is possible to see how many people listen to a song or a playlist daily, weekly or monthly and audience statistics such as gender, age group and location are also provided.

### **Creative “Tech”**

But mobile music is not only about markets and consumption, it is also about creation. For artists, ubiquitous access to music has also brought about changes in the way they absorb their influences and make music. “Creative musicians find inspiration in other music. While we seek to make music that is uniquely our own, every other piece of music we hear is automatically processed and becomes part of an unconscious part of our musical vocabulary. Taking too much is theft. Taking too little fails to acknowledge our influences” (De Santis 2016).

If we consider that we humans create as much information in two days as we have from the dawn of civilization until the year 2003, most of it user-created (TechCrunch 2010), and that most of it is accessible online, it wouldn't be too much of a stretch of the imagination to assume that we are exposed to a variety of influences and trends coming at us from all corners of the globe that affect us, and like De Santis proposes, inform our own creative output unconsciously.

In order to avert becoming *influxicated* by the musical share of the 2,5 exabytes of daily data, becoming lethargic and *infobese* by the sheer weight of excessive choice and information overload

(see Toffler 1970), sometimes termed as the *tyranny of choice*, we have seen a manufacturing abundance of virtual instruments, controllers and applications focused on potentializing creative and performative output, by allowing an advanced manipulation and customization of pre-existing or user-created sonic sources, some of which are truly original in their approach. Somewhat *standing on the shoulders of the public*, as opposed to corporate giants, digital technologies have democratized the production of music by making traditionally expensive and specialized activities accessible to a much wider range of musicians (Leyshon 2009; Von Hippel 2005). Making the most of the potential that touch-screens offer, apps use visual stimulation, with bright graphics and moving visualizations to enhance interactive flow allowing for the act of spontaneous *musicking* (Small 1998) without the need for years of technical training, while maintaining music in key for users with no knowledge of musical theory. This is interesting because not only does it democratize musical creation affording access to composition to non-educated and non-professional musicians, but it also bridges the gap between creativity and flow in musical composition, allowing for more intuitive workflows with lesser technical obstacles to climb.

In short, apps have made music production more mobile. One can play, record, edit, mix, sequence, and even master music on the move, not only in transit, but using disparate sonic sources; separated in time and space. Moreover, they open up new possibilities for engagement between fixed systems and mobile systems. As suggested by Gopinath and Stanyek, “understandings of mobility in terms of moorings [...] or stable points that structure and make possible entire mobility systems, can guide research on

musical mobility, drawing attention to relationships between relatively fluid and fixed elements within a broader system” (Gopinath and Stanyek 2010). For instance, one could opt for a recording studio environment that is simultaneously fixed in place and time and simultaneously accessible from anywhere in the world via the internet. Files can be hosted on a cloud-server and accessed from replicate DAW’s from anywhere in the world, making a viable case for a multitude of collaborative scenarios, for projects to begin in one location and be finalized elsewhere, or even for one to engineer in a recording session and mix, edit or add tracks ‘on-the-go’ as one travels to another location. Alternatively, the possibility of remotely ‘sitting in on a mix’ is possible, making work with producers in other countries possible in real-time.

Another practical benefit of tablet and smartphone hardware-emulation apps is the possibility of wirelessly controlling virtual instruments in both hardware or software form. This truly brings up many interesting possibilities for live performance using mobile devices, although it is usually considered unnecessary as many of the manufacturers of advanced mobile music devices, such as Ableton Push and Native Instruments Maschine already have these utilities built-in as ‘out-of-the-box’ functionalities.

Like digital applications, mobile music devices have also opened up the playing field, as it were, as far as virtual instruments and sampled instrument emulators go. Virtual instruments differ from synthesized instruments particularly in that they are not artificial emulators of waveforms. They utilize high-definition recordings of live performers captured in acoustic spaces with state of the art equipment and excellent technical conditions. This makes the sonority of virtual instruments potentially hyper-real, as each

note is played and recorded under various expressive conditions, with variations of dynamic, strength, position, plucking tools (when applicable) and various other conditionings. There is a vast array of “ethnic virtual instruments”, some of which have captured the essence of instruments that are in the risk of disappearing due to non-adherence by younger instrumentalists. Other virtual instruments are emulators of rare organs and synths, as well as abstract and unique sounds and effects created by sonic engineers. Virtual instruments are also sometimes known as soft synths, sampled instrument databases, or Virtual Studio Technology (VST).

Another case for creative mobile music are various non-descript, non-proprietary controllers that allow for the building of custom mappings with which to trigger sounds or control software. These controllers are usually shaped in a 4x4 or 8x8 grid with 16 or 32 buttons laid out on the grid. A common use for these controllers is the mapping of different loops and samples from different tracks or instruments to each button, usually organized by type, for instance rhythmic elements on the bottom two rows and melodic/harmonic loops on the top two rows, which permits the player to trigger the loops with one hand and play the beats with the other. As an evolution of sample-based live music, the development of modern controllers introduces ‘musicality’ to the performance, and the player is actually exacting and controlling all elements of the song by playing them as one would an instrument. In fact, personally I would term the playing of these controllers as a form of instrumentation. A very appropriate term that has emerged to define playing these instruments is *controllerism*.

To finalize: it is this virtual, open-sourced aspect of mobility that in itself takes mobile music creation, performance and

production to a whole new level in comparison to the recent past. Mobile devices have become software controllers, virtual instruments and in the near future we may see them bridge with hyper-instruments (retro-fitted acoustic instruments equipped with digital sensors that allow a musician to play normally and transmit data to computing devices for live processing), and also wearable sensors that capture movement information and transmit them to a musical device.

## Conclusion

Mobile music studies are concerned with the movement of sound and music; of sonic practices and socialities that define communities, of sharing, of the portability of devices and musical instruments in physical and virtual form, and finally of the digital transfer of files and documents, notated or otherwise pertaining to musical consumption or production. They offer valuable insights to the cultural and social prisms of the people who make music, and thus are a valuable addition to the universe that comprises ethnomusicology in its many expressions. Mobile music is quickly taking on a dimension of its own and providing a context which informs and affects musical behavior. As Peter Manuel stressed in the first chapter of his book *Popular Music of the Non-Western World*, any modern theoretical lens from which to view music must account for the advent of technology. As a relevant field to social sciences that study questions surrounding mobility, mobile music can also contribute to a variety of research fields within ethnomusicology, such as identity, genre, mass-media, globalization, cognitive perception and performance studies, but most of all, when studying a tool which is exacting such a strong effect

on music as a social practice, I consider that today mobile music is one of the most interesting and challenging fields on which to play. (Pardon the pun...)



## References

- ACI. 2014. "More than Half of Digital Content Now Consumed on Mobile Devices." Accessed November 12, 2016. <https://aci.info/2014/05/14/more-than-half-of-digital-content-now-consumed-on-mobile-devices/>.
- Adweek. 2016. "Even Spotify Is Surprised by the Huge Success of its Discover Weekly Playlists." Accessed September 15, 2016. <http://www.adweek.com/news/technology/even-spotify-surprised-huge-success-its-discover-weekly-playlists-173129>.
- Anderson, Chris. 2008. *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. New York: Hachette Books.
- Bananas Music Branding. 2016. "Desvendando as descobertas da semana do Spotify." Accessed October 29, 2016. <https://medium.com/@bananasmusic/desvendando-as-descobertas-da-semana-do-spotify-6634c7d64514#.rdnxe0sla>.
- Chircu, Alina M., and Robert J. Kauffman. 1999. "Strategies for Internet Middlemen in the Intermediation/Disintermediation/Reintermediation Cycle. Electronic Markets." *The International Journal of Electronic Commerce and Business Media* 9/2:109–117.
- Comscore. 2015. "Mobile Internet Usage Skyrockets in Past 4 Years to Overtake Desktop as Most Used Digital Platform." Accessed November 30, 2016. <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Mobile-Internet-Usage-Skyrockets-in-Past-4-Years-to-Overtake-Desktop-as-Most-Used-Digital-Platform>.
- De Santis, Dennis. 2016. "Making Music, 74 Creative Strategies for Electronic Music Producers." Vol. 16. Berlin: Ableton Makes Live.
- Dreyer, Kate. 2015. "Mobile Internet Usage Skyrockets in Past 4 Years to Overtake Desktop as Most Used Digital Platform." Accessed September 19, 2016. <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Mobile-Internet-Usage-Skyrockets-in-Past-4-Years-to-Overtake-Desktop-as-Most-Used-Digital-Platform>.
- Ericson. 2016. "Ericson Mobility Report. On the Pulse of the Networked Society." Accessed September 12, 2016. <https://www.ericsson.com/mobility-report>.
- Gopinath, Sumanth, and Jason Stanyek. 2014. *The Oxford Handbook of Mobile Music Studies*. Vol. 1. New York: Oxford University Press.
- Gracks, Brian J. 2012. "A Creative Industry in Transition: The Rise of Digitally Driven Independent Music Production." *Growth and Change* 43/3:442–461.
- IFPI. 2007. "Digital Music Report 2007 IFPI." Accessed August 6, 2016. <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>.
- IFPI. 2016. "Global Music Report 2016 IFPI." Accessed September 19, 2016. [www.ifpi.org/downloads/GMR2016.pdf](http://www.ifpi.org/downloads/GMR2016.pdf).
- Jenkins, Henry. 2006. "Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (Part One)." Accessed November 31, 2016. [http://henryjenkins.org/2006/10/confronting\\_the\\_challenges\\_of.html](http://henryjenkins.org/2006/10/confronting_the_challenges_of.html).
- Kirsner, Scott. 2010. "Fans, Friends And Followers Building an Audience and a Creative Career in the Digital Age." Accessed November 30, 2016. <http://scottkirsner.com/fff>.

- Lee, Ho G., and Theodore H. Clark. 1996. "Impacts of Electronic Marketplace on Transaction Cost and Market Structure." *International Journal of Electronic Commerce* 1/1:127–149.
- Leonhard, Gerd. 2008. *Music 2.0*. s.l.: Mediafuturist.
- Lewis, Gerard J., Gary Graham, and Glenn Hardaker. 2005. "Evaluating the Impact of the Internet on Barriers to Entry in the Music Industry." *Supply Chain Management: An International Journal* 10/5:349–356.
- Leyshon, Andrew. 2009. "The Software Slump?: Digital Music, the Democratisation of Technology, and the Decline of the Recording Studio Sector within the Musical Economy." *Environment and Planning A* 41:1309–1331.
- Madden, Mary. 2004. "Artists, Musicians and the Internet." Pew Internet & American Life Project. Accessed on June 3, 2015. <http://www.pewinternet.org/2004/12/05/artists-musicians-and-the-internet/>.
- Malone, Thomas W., Joanne Yates, and Robert I. Benjamin. 1987. "Electronic Markets and Electronic Hierarchies." *Communications of the ACM* 30/6:484–497.
- Manuel, Peter. 1988. "Popular Musics of the Non-Western World." New York – Oxford: Oxford University Press.
- Merriam-Webster. 2016. Accessed September 28, 2015. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/music>.
- Music Industry Blog. 2014. "The Death of the Long Tail." Accessed October 3, 2016. <https://musicindustryblog.wordpress.com/2014/03/04/the-death-of-the-long-tail/>.
- Musically. 2016. "Music Market up 3,2% but IFPI Trains Guns on Value Gap." Accessed September 19, 2016. <http://musically.com/2016/04/12/global-music-market-up-3-2-but-ifpi-trains-guns-on-value-gap/>.
- Rethink Music. 2015. "Fair Music – Transparency and Payment Flows in the Music Industry." Boston – Massachusetts: BerkleeCE. <https://www.berklee.edu/sites/default/files/Fair%20Music%20-%20Transparency%20and%20Payment%20Flows%20in%20the%20Music%20Industry.pdf>.
- Schmidt, Eric. 2010. *Techonomy Summit*. Accessed September 30, 2016. <https://techcrunch.com/2010/08/04/schmidt-data/>.
- Steuer, Eric. 2006. "The Infinite Album." *Wired*. <https://www.wired.com/2006/09/musicintro/>.
- TechCrunch. 2014. "Patreon Raises \$15 Million Series A, Revamps Site To Focus More On Content." Accessed June 30, 2016. <http://techcrunch.com/2014/06/23/patreon-raises-15-million-series-a-revamps-site-to-showcase-artist-content/>.
- TechCrunch. 2015a. "Music is a Mobile Linchpin." Accessed September 30, 2016. <https://techcrunch.com/2015/01/10/music-is-a-mobile-linchpin>.
- TechCrunch. 2015b. "Spotify Makes the Shift to Mobile With 52% of Listening Now on Phones and Tablets." Accessed November 13, 2016. <https://techcrunch.com/2015/01/10/music-is-a-mobile-linchpin/>.
- The Guardian. 2013. "Mobile Internet Devices 'Will Outnumber Humans this Year'." Accessed November 12, 2016. <https://www.theguardian.com/technology/2013/feb/07/mobile-internet-outnumber-people>.

Toffler, Alvin. 1970. *Future Shock*. New York: Random House.

Triggs, Teal. 2006 "Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic." *Journal of Design History* 19/1:69–73. Accessed on June 5, 2015. <http://jdh.oxfordjournals.org/content/19/1/69>.

Von Hippel, Eric. 2005. *Democratizing Innovation*. Cambridge: MIT Press.

We Rock Your Web. 2016. "Best Music Streaming Service." Accessed September 18, 2016. <http://www.werockyourweb.com/best-music-streaming-service/>. This website is no longer available.

# «E depois começa aquele “plim, plim”»: os sons do Facebook nas paisagens sonoras do cotidiano

JOÃO FRANCISCO PORFÍRIO

O Facebook faz parte das nossas vidas e é quase impossível excluí-lo das construções que fazemos da realidade, da nossa identidade e do cotidiano. Sobre o Facebook e a forma como a internet está enraizada na nossa vida, Sherry Turkle refere que:

In talking about sociable robots, I described an arc that went from seeing simulation as better than nothing to simply better, as offering companions that could meet one’s exact emotional requirements. Something similar is happening online. We may begin by thinking that e-mails, texts, and Facebook messaging are thin gruel but useful if the alternative is sparse communication with the people we care about. Then, we become accustomed to their special pleasures—we can have connection when and where we want or need it, and we can easily make it go away. In only a few more steps, you have people describing life on Facebook as better than anything they have ever known. They use the site to share their thoughts, their music, and their photos. They expand their reach in a continually growing community of acquaintance. No matter how esoteric their interests, they are surrounded by enthusiasts, potentially drawn from all over the world.

No matter how parochial the culture around them, they are cosmopolitan (Turkle 2011, 160-161).

Com a portabilidade e a possibilidade de aceder à internet e ao Facebook vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana, e em qualquer lugar, é muitas vezes difícil excluir esta rede social digital da rede social analógica. Fazemos *log in*, mas muito raramente fazemos *log out*, e acabamos por nos tornar *cyborgs*, de acordo com a descrição que Sherry Turkle faz:

The *cyborgs* were a new kind of nomad, wandering in and out of the physical real. [...] What had seemed alien was close to becoming everyone's way of life, as compact smartphones replaced the *cyborgs*' more elaborate accoutrements. This is the experience of living full-time on the Net, newly free in some ways, newly yoked in others. We are all *cyborgs* now (Turkle 2011, 152).

É esta facilidade com que deambulamos entre as redes sociais, analógicas e digitais, que faz de nós *cyborgs*.

À rede social Facebook estão associados uma série de alertas sonoros que nos indicam diferentes atividades, como mensagens, publicações novas, respostas a comentários ou reações a publicações.<sup>(1)</sup> Se, de uma forma geral, estamos sempre ligados ao Facebook e a ele estão associados estes sons, eles acabam por ser parte integrante das nossas vidas, compondo a paisagem sonora e construindo o quotidiano.

---

(1) O autor segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Ouvir ficheiros de som: 1) [som](#) antigo de mensagem no computador ; 2) [som](#) de notificação no computador; 3) [som](#) de notificação no telemóvel ; 4) [som](#) do Messenger (telemóvel); 5) [som](#) de notificação no computador (repetido igual ao 2); 6) [som](#) de mensagem no computador.

Com o intuito de perceber de que forma as pessoas olham para esta rede social e convivem com os sons que dela fazem parte, elaborei um questionário, que apliquei fazendo uso do próprio Facebook,<sup>(2)</sup> onde também pedia que identificassem sons que lhe estão associados. Foi aplicado inicialmente aos 422 “amigos” que tenho no Facebook, mas depois alguns deles fizeram o favor de partilhar o mesmo questionário e, portanto, o número de pessoas que teve oportunidade de responder, atingiu um universo do qual eu perdi o controle. Este «não controle» da informação partilhada é uma das consequências de redes sociais como o Facebook. Na mesma medida em que este consegue ser um meio útil e fácil de propagar informação, como foi o caso da aplicação do inquérito que serviu de base a esta investigação, também facilmente essa informação é partilhada e chega a pessoas que, na maioria das vezes, nem sabemos quem são. Quando se trata de um inquérito, esta propagação é, à partida, inofensiva e poderá ser até uma mais valia, mas quando falamos de coisas mais pessoais como fotografias, por exemplo, essa perda de controle pode não ser tão agradável e causar até alguns problemas no quotidiano e nas relações, tanto pessoais como profissionais. Turkle (2011, 256) dá o exemplo de uma rapariga que sente que a internet – e o Facebook, mais concretamente – faz chantagem com ela, uma vez que ela sente que tudo o que faz, numa festa com amigos, por exemplo, pode ser fotografado e imediatamente postado e partilhado no Facebook, sem que ela tenha efetivamente controle sobre isso. Turkle faz também referência a outra utilizadora do Facebook que explica bem como perdemos o controle da informação que partilhamos na internet:

---

(2) Link para o questionário: <http://www.surveio.com/survey/d/R5S3M6M7U9D7D7U8I>.

That's the one bad thing [about online life]. On a typewriter, you can take the paper out and shred it. But if it's online, it's online. People can copy and paste it; people can e-mail it to each other; people can print it. [...] You need to be careful what you write on the Internet because most of the things [...] if you put it on the Internet, that's it. A lot of people [...] they may or may not have access to it, but still, it's there (Turkle 2011, 256).

Do universo ao qual o questionário foi aplicado responderam sessenta e cinco pessoas.<sup>(3)</sup> Destas, sobre a frequência e os dispositivos onde usam esta rede social, 70,8% está sempre *online* e 89,2% tem a aplicação instalada no *smartphone*. Relativamente ao uso desta rede social nos dispositivos móveis, 27,7% só usa se estiver num sítio onde tem *Wi-Fi*, 30,8% está sempre ligado, e 38,5% só liga quando é mesmo necessário – estas percentagens vêm colaborar com o que referi no início sobre a portabilidade e a existência, quase ininterrupta, desta rede social no quotidiano dos seus utilizadores, e vice-versa – a existência do quotidiano dos utilizadores, nesta rede social – colaborando com o que Sherry Turkle refere e já mencionado anteriormente, «we are all cyborgs now» (Turkle 2011, 152).

---

(3) Ver quadro 1 e quadro 2, com os resultados das respostas ao questionário aplicado.

- **70,8%** está ‘sempre on’.
- **89,2%** tem o *facebook* instalado no smartphone.
- **27,7%** só usam *facebook* em sítios onde tem wi-fi.
- **30,8%** está sempre ligado.
- **38,5%** só liga quando é mesmo necessário.
- **50,8%** tem o som sempre desligado.
- **20%** só desliga se estiver num sítio onde tem de ter o telemóvel no modo silencioso.
- **15,4%** só liga se estiver sozinho.
- **10,8%** tem os alertas sonoros sempre ligados.
- **72,3%** usa os que estão pré-definidos pelo sistema enquanto
- **24,6%** diz que modificou estes alertas para que possa controlar o que cada som significa.

facebook®

**Quadro 1.** Relação dos utilizadores com o tempo de permanência *online* no Facebook e a utilização dos alertas sonoros que lhe estão associados.

- Som 1** – som antigo de mensagem no computador: **35,4%**
- Som 2** – som de notificação no computador: **44,6%**
- Som 3** – som de notificação no telemóvel: **33,8%** - **46,2%** que não reconhece
- Som 4** – som do Messenger (telemóvel): **66,2%**
- Som 5** – som de notificação no computador (repetido igual ao 2): **52,3%**
- Som 6** – Som de mensagem no computador: **16,9%** - **61,5%** que não reconhece.

facebook®

**Quadro 2.** Percentagem de inquiridos que identificou os alertas sonoros associados ao Facebook.



Em relação aos alertas sonoros associados ao Facebook, 72,3% usa os que estão pré-definidos pelo sistema, enquanto 24,6% diz que modificou estes alertas para que possa controlar o que cada som significa. Apesar desta percentagem de pessoas que diz que faz esta modificação, eu não encontrei forma de o fazer, pelo menos da mesma forma que controlamos o som dos *sms*, das chamadas ou do e-mail, ou mesmo de outras plataformas de conversação como o WhatsApp. Já no controle que fazem do uso ou não destes alertas, 50,8% dos utilizadores têm os alertas sonoros sempre desligados, 20% só desliga se estiver num sítio onde tem de ter o telemóvel no modo silencioso, 15,4% só os liga se estiver sozinho e 10,8% tem os alertas sonoros sempre ligados. Apesar da baixa percentagem de utilizadores que mantém os alertas sonoros sempre ativos, quando foi pedido que identificassem os vários alertas, 35,4% dos inquiridos identificou corretamente o som 1;<sup>(4)</sup> no que diz respeito ao som 2,<sup>(5)</sup> este foi identificado por 44,6% e 33,6% identificou o som 3<sup>(6)</sup> corretamente; o som 4<sup>(7)</sup> foi identificado corretamente por 66,2% e o som 5<sup>(8)</sup> foi identificado corretamente por 52,3%, o que não deixa de ser curioso, porque o som 5 é exatamente o mesmo som que o som 2 que só tinha sido identificado corretamente por 44,6% dos inquiridos. Penso que a explicação para esta diferença entre os 52,3% que identificaram o som 5 e os 44,6% que identificaram o som 2, tem a ver com o título que estava no vídeo que permitiu às pessoas ouvir ambos os sons. O som 2 tinha como título *som*

---

(4) [Som](#) antigo de mensagem no computador.

(5) [Som](#) de notificação no computador.

(6) [Som](#) de notificação no telemóvel.

(7) [Som](#) do Messenger (telemóvel).

(8) [Som](#) de notificação no computador (repetido igual ao 2).

2 – um título neutro – mas o som 5 tinha como título *Facebook Notification Sound* – que acaba por ser um título identificativo. O vídeo com o título *som 2* foi editado por mim e partilhado no YouTube e o vídeo com o título *Facebook Notification Sound* estava na mesma plataforma, mas tinha sido partilhado por outro utilizador, já com este título. Ambos os vídeos tinham, em termos visuais, uma imagem com um fundo azul e a palavra Facebook com o mesmo *lettering* que o usado pela rede social.

Decidi colocar os dois vídeos à audição dos inquiridos, para perceber se o mesmo som, num contexto diferente, era identificado da mesma forma. Neste caso o título do vídeo – *Facebook Notification Sound* – acaba por funcionar como valor acrescentado, tendo efeito na perceção sonora e dando informações e pistas sobre o som que está a ser ouvido, permitindo assim que mais pessoas tenham identificado corretamente este som – em oposição ao mesmo som quando o título é *som 2*. Este fenómeno é largamente discutido por Michel Chion na sua teoria sobre a audiovisão (Chion 2008). Esta sugestão talvez tenha levado mais inquiridos a identificar o som corretamente, não obstante os 47,7% que não reconheceu o som ou o identificou de forma errada. O som 6<sup>(9)</sup> foi apenas identificado corretamente por 16,9% e 61,5% não conseguiu associá-lo ao Facebook. Chamou-me também a atenção o facto de o som associado ao Facebook Messenger – aplicação destinada à conversação entre as pessoas que usam o Facebook, e que está associado aos dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets* – ter sido identificado por quase 70% dos inquiridos. Um valor elevado em comparação com os outros sons que, mesmo no caso dos que foram identificados por mais pessoas,

---

(9) [Som](#) de mensagem no computador.

não ultrapassou muito os 50%. Estes dados levam-me a questionar porque será que este som é tão facilmente identificado, mas nunca está ativo? Porque será que os utilizadores do Facebook, na sua maioria, desligam os alertas sonoros? Será que os sons são considerados «irritantes», causando *stress* ou interrompendo outras atividades? De que forma é que estes sons poderão condicionar as atividades diárias? Terão de facto um papel na construção do nosso quotidiano?

Para responder a estas perguntas recorri a quatro amigos, com os quais discuti estas questões. As conversas, realizadas individualmente, aconteceram no decorrer de atividades que poderíamos ter realizado em qualquer momento das nossas vidas e não especificamente nesta investigação. Este modelo de investigação aproxima-se de uma metodologia conhecida como etnografia sensorial e que consiste num processo de criação e de representação do conhecimento sobre a sociedade, a cultura e os indivíduos, baseada na experiência pessoal do etnógrafo. Não tem como objetivo produzir uma descrição objetiva e verdadeira da realidade, mas sim a versão de realidade do investigador e a maneira como este a experiencia, sendo o mais fiel possível ao contexto, às negociações e às intersubjetividades através das quais o conhecimento é produzido (Pink 2009). Apesar desse compromisso, neste tipo de investigação, defende Pink, os resultados podem ser bastante mutáveis, uma vez que tanto o investigador como os participantes são colocados num contexto social, sensorial e material caracterizado por produzir configurações de poder particulares que são experienciadas através do corpo e que, conseqüentemente, estão em constante mutação.

Na etnografia sensorial não são excluídas as interações virtuais e *online* e a participação do investigador não tem de ser a de um mero observador, podendo este, como Sarah Pink refere, envolver-se em «producing a film, writing a song or inventing a new recipe with one's research participants, or inviting them to reflexively engage in an everyday or designed activity» (Pink 2009, 10). Entre 1999 e 2000, Sarah Pink desenvolveu dois estudos etnográficos, ambos a partir do quotidiano doméstico, em que aborda a forma multissensorial como as pessoas vivem as suas casas a partir de materiais culturais, produtos e práticas, abordando a forma como atividades de limpeza doméstica ou de decoração são parte da prática do quotidiano, de construção da identidade e de valores morais (Pink 2009, 19). Também Tia DeNora, sem nunca fazer referência à etnografia sensorial especificamente, acaba por se aproximar deste tipo de metodologia, ao documentar alguns dos muitos usos que a música pode ter no quotidiano humano e ao descrever estratégias através das quais a música é mobilizada como um recurso para produzir cenas e rotinas que constituem a vida social. A partir de situações individuais e mais íntimas – como encontros amorosos – ou mais coletivas – como aulas de aeróbica – DeNora (2004) aprofunda a questão de como a música é constitutiva da ação e é um meio com capacidade de conferir forma e textura ao ser, ao que sentir e ao que fazer, através de circunstâncias específicas e indivíduos particulares.

De forma a manter o anonimato, mas para facilitar a sua identificação durante o meu discurso, os quatro participantes nesta investigação terão nomes fictícios, a saber: Ana, Camila, Olga e Pedro.

## Olga

A Olga vive num bairro histórico de Lisboa que atualmente é muito frequentado por turistas. Aliás, a principal fonte de rendimento da Olga é a gestão de duas unidades de arrendamento local, em que uma delas é um quarto na sua própria casa. Foi aí que nos encontramos. Ela convidou-me para almoçar e foi enquanto degustámos uma salada que ela preparou, sentados junto à janela com vista para o rio, que a nossa conversa sobre o Facebook e os seus sons ocorreu. A Olga diz que usa pouco o Facebook no telemóvel e que, normalmente, tem o som deste dispositivo desligado. Perante isto, depois de confirmar que ela tinha respondido ao inquérito que iniciou esta investigação, perguntei-lhe se tinha tido dificuldade em identificar os sons, uma vez que tem o som quase sempre inativo:

De todos detetei um som que tinha a ver com a mensagem quando cai, porque eu às vezes tenho o telemóvel com som [...] acho que foi o único que eu detetei. [...] É como os sons do Skype, eu desligo, porque eu normalmente estou [...] na internet, e às vezes estou a fazer outras coisas, ouvir música ou não sei quê, não quero ser interrompida com aquele som, basicamente é isso e outras vezes é porque estou a usar, por exemplo, tenho hóspedes e não sei quê, e estou a usar a internet e estou mesmo sem som, tiro o som do computador.

Perguntei-lhe porque desligava o som do computador, ao que a Olga respondeu:

Porque são chatos, são chatos, não há necessidade de os ter. Se eu estou no computador estou a ver o que é que se está a passar, portanto, por

exemplo [...] o Facebook, mesmo que não estejas na página do Facebook aparece o separador com o «1» [...] e então por causa disso, tipo, não.

Esta notificação só será detetada se estivermos em frente ao computador, pois depende do sentido da visão, logo, com o som desligado a Olga não vai saber que tem uma notificação nova, se estiver longe do computador:

Sabes que é também um bocado para evitar também a dependência, [...] imagina tenho ali agora o computador e está tudo ligado no computador e se estivesse aqui a apitar notificações porque alguém comentou a minha fotografia, porque alguém me escreveu uma mensagem, não sei quê, estaria quase tipo um bocado dependente, «ah estou aqui com um amigo meu, mas deixa-me ir ver o que é que coiso» e assim estou descontraída.

A Olga acusa também esta dependência quando o dispositivo não é o computador, mas o telemóvel:

E o telemóvel, às vezes até meto som no telemóvel, porque estou à espera de uma chamada ou uma [coisa] qualquer e então meto som no telemóvel e depois começa aquele «plim, plim» da mensagem no Facebook e eu tenho logo a necessidade de ir “chekar” o telemóvel. Depois eu tenho uma coisa, uma pancada qualquer, que é assim que eu vejo uma mensagem eu não consigo deixar a pessoa pendurada tenho que responder nem que seja assim «eu agora não posso, eu já te respondo» estás a ver e condiciona-me a vida.

Apesar de ter sempre o som desligado, mesmo indiretamente, o som associado às mensagens do Facebook têm efeito

na Olga: «Mas acontece-me uma coisa engraçada, eu estou a usar o meu telemóvel sem som, só se me esquecer é que está o som ligado, e estar em sítios que oiço mensagem de Facebook, por exemplo “ah, se calhar fui eu” [risos], mas depois lembro-me “ah eu não tenho som”».

## Ana

Fui encontrar-me com a Ana na casa onde ela vive. Levei sushi para o almoço e foi entre rolos de arroz e fatias de sashimi que falámos sobre os sons do Facebook. A Ana tinha o computador ligado e a página do Facebook aberta. Quando a conversa se encaminhou para o assunto em questão percebi que a Ana não tinha ainda respondido ao inquérito que eu tinha partilhado e, apesar de não ser condição para podermos continuar a conversar, ela resolveu responder. Quando ela terminou esta tarefa perguntei-lhe que som é que tinha sido mais fácil de identificar, «o da notificação de mensagem, o “plim”, aquele que está pré-formatado [...]». Questionei-a sobre se costuma ou não ter o som das notificações ligado, e afirmou que: «[...] depende, quando estou, por exemplo, assim em convívio, normalmente desligo o som [...]. Mas normalmente está ligado», e continua, «porque acho que é para não interromper, acho que há momentos que deve [...] e nós já vivemos às vezes tão, se calhar eu, vives tão concentrado nisto que quando estás com outras pessoas o tempo deve ser dado [...]». Pondo a hipótese de que é a outra pessoa a ter o som das notificações do Facebook Messenger ligado, a Ana diz que:

A mim incomoda-me. Depende da pessoa com quem tu estás [...] por exemplo, se estiveres a dois com uma pessoa, [...] não é o facto de tocar, incomoda-me mais se tocar e a outra pessoa pegar no telemóvel e for ver [...]. Claro que isso irrita um bocadinho, não é? E irrita porquê, porque o som acaba por perturbar um bocadinho, influenciar, é como se fosse uma coisa do exterior [...] porque tu associas ao que é. [...] Não é o som propriamente dito que me irrita é eu reconhecer ao que aquele som está associado.

Tal como a Olga, também a Ana é sensível a este alerta sonoro mesmo quando toca no *smartphone* de uma pessoa completamente desconhecida e mesmo que tenha a certeza que não foi ela a receber uma mensagem: «Ah, eu vou ver se foi o meu. [...] Posso ter essa coisa do “não foi o meu”, por teres se calhar sentido ou ouvido o som de maneira diferente, mas acabas por ir ver, por confirmar se o teu tem alguma coisa, acho que sim, acho que é um reflexo».

## Pedro

Encontrei-me com o Pedro, ao final da tarde, numa esplanada de um quiosque. A música estava bastante alta e tocava um *Best of* da banda inglesa *Simply Red*. O Pedro fala numa intensidade que raramente entra em exageros e temi que o gravador não registasse a nossa conversa de forma a poder depois reouvi-la. Tivemos uma conversa, sobre a rede social em causa, bastante interessante. Abordámos questões que ultrapassaram a questão sonora como, por exemplo, quem é que gere a nossa página de Facebook quando um dia morrermos. Será que esta tarefa passa a estar associada a outras como contratar uma funerária ou cancelar



as contas do banco? Voltando ao assunto central desta investigação, devo referir que o Pedro não tem conta no Facebook. Já teve durante bastante tempo, mas há cerca de um ano que não tem.<sup>(10)</sup> Comecei exatamente por lhe perguntar que motivos o levaram a cancelar a conta:

O Facebook tem uma cena boa que é a partilha de informação, o que está a acontecer, filmes, notícias, festas [...] consegues ter essa informação de forma rápida e consegues partilhar essa informação. Aquilo que eu vi nos meus amigos é que não havia tanto esse tipo de partilha, mas uma coisa mais de exposição pessoal. Um bocado como um *blog* [...] eu também fiz parte, metia umas fotografias [...] começou-me a irritar o ter que ser interessante quase por obrigação. [...] Começou-se aquela coisa da promoção pessoal, como uma marca, como figura pública [...] depois a nível pessoal começou-me a irritar a parte [...] das obrigações sociais no Facebook, teres que dar parabéns [...] és obrigado [...] publicamente. Ires a um jantar e teres que avisar pelo Facebook.

Pedi-lhe que se lembrasse do tempo em que tinha a conta ativa. O Pedro, nessa altura, tinha a aplicação instalada no *smartphone* (ambas, a do Facebook e a do Facebook Messenger) e normalmente tinha os alertas sonoros ligados. Questionei-o sobre a relação que tinha com o som associado ao Facebook Messenger:

Irritava-me no sentido que tinha que responder [...] ficava stressado porque tinha que responder, alguém me mandou uma mensagem e eu tenho que estar disponível [...] é um conceito diferente do *sms*, não é? No *sms* tu envias aquela mensagem e não ficas à espera que a outra pessoa

---

(10) Entretanto, o Pedro voltou a ativar a sua conta de Facebook.

responda [de imediato]. Não é imediato, não é uma coisa de *chat* [...]. A mesma coisa que se eu ligar para ti, tu não tens que atender a chamada. Quando ouves um som tens que ir ver o telemóvel, tens que estar atento, tens que estar em cima do acontecimento, se não estás a perder qualquer coisa [...]. Estás programado para ver o que é que está a acontecer. Está a acontecer alguma coisa sem mim? O mundo, a vida está a correr e não estou atento?

## Camila

«Para mim o Facebook é um aspeto visual, não é um aspeto sonoro. Sim, mas o sinal de Messenger, efetivamente, [...] [o Facebook] é uma coisa não sonora, eu nem sabia que o Facebook tinha sons. Mas tem sons de quê?» Entretanto, explico-lhe que sons estão associados ao Facebook e ao Facebook Messenger e a Camila continua: «Eu no computador, o Facebook não tem som nenhum [...] não sei, nem nunca tinha pensado nisso [...]. No telemóvel tem apenas o som do Messenger, mas eu tenho quase sempre o telemóvel no silêncio». Perguntei-lhe o porquê de ter o telemóvel quase sempre no silêncio:

Pelo trabalho e porque me chateia [...] se estiver em casa ponho som, sim. Mas é capaz de ser dos poucos sítios em que eu ponho som, mesmo na rua, porque eu ando com isto na carteira e isto quando há [alguma coisa] vibra e eu sinto que estou a ser contactada. Acho que o meu telemóvel só tem som [...] quando estou em casa, tenho-o na mesinha de entrada com som e realmente aí tem o som de chamada, tem o som de mensagem e tem o som de Messenger [do Facebook] barra WhatsApp que acho que é o mesmo [som].

Eu e a Camila vivemos na mesma zona da cidade e encontrámo-nos num bar que frequentamos habitualmente para comer alguma coisa ou beber um copo e pôr a conversa em dia. Naquele dia a Camila tinha decidido contar ao «mundo» que tem um namorado e esse assunto acabou, tal como o assunto Facebook, por ser um ponto central da nossa conversa. A Camila confessa que o facto de estar numa relação amorosa e que está no início, a faz estar um pouco mais afastada desta rede social (ela não tinha, aliás, visto o questionário que eu tinha partilhado) e ficar menos ansiosa em relação às várias notificações que recebe: «Se o [meu namorado] está comigo, eu não tenho tanta necessidade de ir ver o que é». Perguntei-lhe também como reage se for o namorado a receber uma notificação do Facebook Messenger e se isso, de alguma forma, a deixa desconfortável: «Às vezes deixa-me um bocadinho [o facto de não saber quem é] [...]. Se o [meu namorado] receber uma [mensagem], se receber outra, se receber para aí umas três e não disser nada começo a ficar com minhoquinhas, mas depois passa». A Camila confessa também que, para algumas conversas específicas, já desativou as notificações para poder ter som no telemóvel, mas não estar sempre a ser interrompida pelas notificações daquela conversa específica: «Eu já [desativei as notificações de uma conversa específica] no Messenger e esta semana fiz isso no WhatsApp, porque realmente aquilo estava sempre a tocar e eu já não estou para aí virada».

Tal como no inquérito que serviu de base a esta investigação, à exceção do Pedro, também os quatro participantes têm os sons associados ao Facebook inativos, nos vários dispositivos onde podem ter acesso a esta rede social. O som associado ao Facebook Messenger foi o mais facilmente identificado pelos

inquiridos e é também para os participantes considerado «o som do Facebook», acabando por ter mais importância que os outros. A importância deste som é atribuída não ao «som em si», mas ao que ele significa: alguém associado à rede social Facebook disse alguma coisa, quer conversar. É considerado quase como um «chamamento» para essa rede social, que acaba por ser como uma realidade paralela às relações sociais «físicas». Apesar de muitas das relações fazerem parte de ambas as redes sociais – a digital e a analógica – é como se a mesma pessoa tivesse duas identidades: a da «vida real» e a do Facebook. O som do Facebook é assim considerado «irritante» quando interrompe a «vida real». Sempre que se referem ao som do Facebook Messenger os participantes chamaram-lhe «plim», à exceção da Camila que se refere ao mesmo som como «tim».

## Conclusão

Murray Schafer atribui o termo *marca sonora* «a um som da comunidade que seja único ou que possua determinadas qualidades que o tornem especialmente significativo ou notado pelo povo daquele lugar» (1997, 27). Um exemplo de *marca sonora* é o sino da aldeia que serviu ao longo dos tempos para enviar uma série de avisos à população, acabando por condicionar, e muitas vezes reger, o quotidiano dessa população. O «plim» que nos avisa que temos uma mensagem de Facebook tornou-se no sino dos nossos dias. O Facebook faz parte das nossas vidas e associou a si sons impossíveis de mudar e que nos fazem sentir parte de uma comunidade. O som do Facebook Messenger é, perante aquilo que já descrevi, também ele uma *marca sonora*. Uma *marca sonora* que nos indica que alguém tem alguma coisa para nos dizer,

acabando esse som por ser a materialização dessa mensagem. O som apenas nos diz que temos uma mensagem, sendo o seu conteúdo tão diversificado como a própria vida. O significado deste som é assim construído por nós e pelas interações sociais que dele advêm. Em *Making Sense of Reality*, Tia DeNora (2014) dá o exemplo da *snapiness*<sup>(11)</sup> de um biscoito. Esta qualidade é uma textura, mas também um som que pode, por um lado, significar que o biscoito é de facto crocante e, portanto, se faz aquele som é bom, mas se for suposto o biscoito não ser estaladiço e fizer o mesmo som, então apenas vai significar que está muito seco e o mesmo som significa uma má qualidade do biscoito. O som acaba por ser a materialização e a «objetificação» das qualidades do biscoito (DeNora 2014, 92-94). Dependendo do conteúdo das mensagens também o som do Facebook Messenger pode ser sentido como negativo ou positivo, no entanto, tal como o *snap* de um biscoito, também o som é sempre igual.

Tia DeNora defende também que a música pode ser usada como pista para um modo de conduta, valor, estilo e orientação; como um dispositivo normativo, uma sugestão para a maneira de agir socialmente. Num cenário social, tipos específicos de música podem oferecer recursos estéticos para a produção de acesso ou inaccessão a esse cenário (DeNora 2004, 126-129). Este som, o «plim» ou «tim» – como lhe chamaram os quatro amigos com quem debati esta questão – tem esse efeito acabando por nos fazer agir de determinada forma, é o som que nos convida a entrar num novo cenário. Mesmo não sendo ouvido e sentido como música, é parte integrante da paisagem sonora de todos os dias. Talvez por isso, tantas vezes «excluimos» este som do nosso

---

(11) Tem a ver com o facto de um biscoito ser crocante, estaladiço.

quotidiano para que ele não nos «obrigue» a fazer coisas que não queremos ou não podemos, neste caso ler uma mensagem.

Vários autores, em *Evocative Objects Things We Think With*, falam de objetos que assumem, para cada um deles, o papel de objetos evocativos. Sherry Turkle (2007) descreve estes objetos evocativos dizendo:

The object brings together intellect and emotion. In every case, the author's focus is not on the object's instrumental power – how fast the train travels or how fast the computer calculates – but on the object as a companion in life experience: how the train connects emotional worlds, how the mental space between computer keyboard and screen creates a sense of erotic possibility (Turkle 2007, 5).

Tal como o comboio faz a ponte entre «mundos emocionais» também este «plim» faz a ponte entre a rede social analógica e rede social digital, neste caso o Facebook e as relações que aí construimos. Este som tem a capacidade, como a Ana, a Camila, a Olga e o Pedro descreveram, de nos deixar por vezes felizes, outras irritados, zangados, com ciúmes e ansiosos. Tem a capacidade de nos fazer agarrar quase instantaneamente no telemóvel, mesmo quando sabemos que não foi o nosso telemóvel que tocou. De facto, «we are all cyborgs now» (Turkle 2011, 152) e o «plim» é o som que nos comanda.

## Referências

- Chion, Michel. 2008. *A audiovisão*. Traduzido por Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições Texto & Grafia Lda.
- DeNora, Tia. 2004. *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DeNora, Tia. 2014. *Making Sense of Reality Culture and Perception in Everyday Life*. London: SAGE Publications Ltd.
- Goffman, Erving. 2002. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Editora Vozes.
- Leppert, Richard. 2012. «Reading the Sonoric Loundscape.» In *The Sound Studies Reader*, editado por Jonathan Sterne, 409–418. New York: Routledge.
- Nowak, Raphael, e Andy Bennett. 2014. «Analysing Everyday Sound Environments: The Space, Time and Corporality of Musical Listening.» *Cultural Sociology* 8/4:1–17.
- Pink, Sarah. 2009. *Doing Sensory Ethnography*. London: SAGE Publication Ltd.
- Schafer, R. Murray. 1997. *A afinação do mundo*. Tradução de Marisa Trench Fonterrada. São Paulo: FEU.
- Turkle, Sherry. 2007. *Evocative Objects Things We Think With*. Cambridge – London: The MIT Press.
- Turkle, Sherry. 2011. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

## Apêndice: Entrevistas

### Dados

Nome fictício: Olga

Idade: 37

Profissão: Técnica de Turismo (formação).

Atualmente está a gerir unidades de alojamento local (um apartamento em Alfama e um quarto na sua casa)

Local onde vive: Alfama

### Citações

«Eu no telemóvel uso tão pouco, normalmente tenho o telemóvel sem som.»

«De todos detetei um som que tinha a ver com a mensagem quando cai, porque eu às vezes tenho o telemóvel com som e tipo... acho que foi o único que eu detetei.»

«É como os sons do Skype, eu desligo, porque eu normalmente estou no Facebook... estou no Facebook? Estou na internet, e às vezes estou a fazer outras coisas ouvir música ou não sei quê, não quero ser interrompida com aquele som, basicamente é isso e outras vezes é porque estou a usar, por exemplo tenho hóspedes e não sei quê, e estou a usar a internet e estou mesmo sem som, tiro o som do computador.»

### Sobre ter tirado (no computador) os sons do Facebook e do Skype:

«Porque são chatos, são chatos, não há necessidade de os ter. Se eu estou no computador estou a ver o que é que se está a passar, portanto, por exemplo o Skype começa-te a piscar. E o Facebook, mesmo que não estejas na página do Facebook aparece o separador com o “1” ou... e então por causa disso, tipo, não.»

Sobre o facto de, se não estiver perto do computador ou do telemóvel e não tiver os sons ligados, não saber que recebeu alguma coisa:

«Sabes que é também um bocado evitar também a dependência, de tipo... imagina tenho ali agora o computador e está tudo ligado no computador e se estivesse aqui a apitar notificações porque alguém comentou a minha fotografia porque alguém me escreveu uma mensagem, não sei quê, estaria quase tipo um bocado dependente, “ah estou aqui com um amigo meu, mas deixa-me ir ver o que é que coiso” e assim estou descontráida.»

### Sobre se os sons condicionam o resto das atividades:

«Sim, condiciona.»

«E o telemóvel, às vezes até meto som no telemóvel, porque estou à espera de uma chamada ou uma merda qualquer e então meto som no telemóvel e depois começa aquele plim plim da mensagem no Facebook e eu tenho logo a necessidade de ir “chekar” o telemóvel depois eu tenho uma coisa, uma pancada qualquer, que é assim que eu vejo uma mensagem eu não consigo deixar a pessoa pendurada tenho que responder nem que seja assim “eu agora não posso, eu já te repondo” estás a ver e condiciona-me a vida, tipo eu estar sempre... e então comecei...»

«Eu lembro-me que uma vez eliminei o Messenger do Facebook no meu telemóvel, porque aquilo automaticamente dava-me como *online*, não é, desde que esteja a usar o *wi-fi* ou qualquer coisa, e então eu lembro-me de chegar, imagina, quatro da manhã a casa, eu entro o telemóvel automaticamente começa o *wi-fi* cá de



casa e estar a ir dormir e estar pessoas que me vêm *online* começarem-se a meter comigo. E eu achei que aquilo era uma falta de privacidade [...] nessa altura eliminei. Agora voltei a ter, mas tenho aquela cena tipo tiro o som que é para...»

«E isso passa-se até com outras cenas, tipo com as notificações de novos e-mails.»

«Eu vou-te dizer as ocasiões que que eu uso o Facebook fora de casa, são ocasiões muito específicas, portanto se eu vou beber um copo contigo à noite, mesmo que tenha *wi-fi*, ou esteja a usar os meus dados móveis, eu não vou ao Facebook. O Facebook para mim é uma coisa de socialização e a socialização quando estás com alguém a beber copos, portanto não estou com necessidade de ver quem é que me fez *like* na fotografia.»

#### Se num espaço público, no caso de ficar sozinha se vai ver o Facebook:

«Eventualmente, se tiver uma notificação de mensagem.»

«Normalmente em locais públicos tenho o telemóvel em silêncio, ou em vibração se estiver à espera de alguma coisa.»

«Mas acontece-me uma coisa engraçada, eu estou a usar o meu telemóvel sem som, só me esquecer é que está o som ligado, e estar em sítios que oiço mensagem de Facebook, por exemplo “ah, se calhar fui eu” [risos], mas depois lembro-me “ah eu não tenho som”.»

«Eu tento evitar essa dependência, porque eu passo muitas horas no Facebook [...] por exemplo, estou em casa tenho sempre o Facebook ligado, mesmo que não esteja lá a fazer nada, está sempre ligado e tento evitar essa cena no contexto social.»

«No banquinho aqui da frente, dá para captar o *wi-fi* da minha casa. Então estou a fumar um cigarro e instintivamente estou no Facebook e Instagram. Porque é aquela

coisa social, quando tu estás sozinho, não estás a fazer nada que justifique o facto de estares na rua, além de fumar um cigarro, tens que te agarrar ao telemóvel.»

#### Sobre porque é que escolhe o Facebook e o Instagram e não ver e-mails, ou visitar uma página de internet (filmes, roupa, etc.)

«Porque é mais instantâneo, lá está, é um entretenimento. Por exemplo eu se quero ir à página [...] da Zara ou da Bershka eu vejo no meu computador, vejo melhor do que no telemóvel [...], mas sim é mais uma coisa instantânea e de pouco, como é que hei-de dizer, há pouca substância, tu estás a fazer *scroll*, é mais uma cena de estares ali...»

#### Vai ver o telemóvel:

«Eu não recebi nada, olha tenho som. Porque cheguei a casa e estava à espera que me disseses alguma coisa.»

---

#### Dados

Nome fictício: Ana

Idade: 37

Profissão: Professora de Educação Visual Tecnológica do Ensino Básico Público

Local onde vive: Lumiar

---

#### Citações

##### Sobre qual o foi o som mais fácil de identificar:

«O da notificação de mensagem, o plim, aquele que está pré-formatado e que...»

##### Se quando sai de casa tem o Facebook ligado:

«Vai desligado, vou ligando de vez em quando para não gastar dados móveis.»

### Sobre se o som fica ligado:

«Eh pá depende, quando estou por exemplo assim em convívio, normalmente desligo o som, para não... como estou no sítio que tem, que tem... desligo. Mas normalmente está ligado.»

### Porque é que desliga o telemóvel (o som) quando está a falar com alguém:

«Porque acho que é para não interromper, acho que há momentos que deve... e nós já vivemos às vezes tão, se calhar eu, vives tão concentrado nisto que quando está com outras pessoas o tempo deve ser dado...»  
«Se estiver na rua deixo ligado porquê, porque fica dentro da mala e nem sempre o oiço, mesmo que toque eu não oiço.»

### Cenário em que fica sozinha, se mexe no telemóvel e vai ao Facebook:

«Aí assim, como estou sozinha [...] se outra pessoa vai à casa de banho, ou vai atender um telefonema, ou vai... é um momento de passares a hora morta. Está ali acessível...»

### Se estiver a jantar com outra pessoa e se a pessoa não tiver retirado o som do telemóvel e estiver constantemente a receber mensagens de Facebook:

«A mim incomoda-me. Depende da pessoa com tu estás [...] por exemplo se estiveres a dois como uma pessoa, assim... incomoda-me o facto de estar constantemente... não é o facto de tocar, incomoda-me mais se tocar e a outra pessoa pegar no telemóvel e for ver, aí acho que... [...] Claro que isso irrita um bocadinho, não é? E irrita porquê, porque o som acaba por perturbar um bocadinho, influenciar, é como se fosse uma coisa do exterior [...] porque tu associas ao que é que é.»  
«Não é o som propriamente dito, que me irrita é eu reconhecer ao que aquele som está associado.»

### Se outra pessoa receber uma mensagem e ouvir o som (pessoa desconhecida) se vai ver o telemóvel:

«Ah, eu vou ver se foi o meu. [...] ouvir um som e ah... se calhar ter por essa coisa do "não foi o meu", por teres se calhar sentido ou ouvido o som de maneira diferente, mas acabas por ir ver, por confirmar se o teu tem alguma coisa, acho que sim, acho que é um reflexo.»

---

### Dados

Nome fictício: Pedro

Idade: 38

Profissão: Auditor de Contact Center

Local onde vive: Rossio

---

### Citações

#### Deixou de ter Facebook:

«O Facebook tem uma cena boa que é a partilha de informação, o que está a acontecer, filmes, notícias, festas [...] consegues ter essa informação de forma rápida e consegues partilhar essa informação. Aquilo que eu vi nos meus amigos é que não havia tanto esse tipo de partilha, mas uma coisa mais de exposição pessoal. Um bocado como um *blog* [...] eu também fiz parte, metia umas fotografias [...] começou-me a irritar o ter que ser interessante quase por obrigação. [...] começou-se aquela coisa da promoção pessoal, como uma marca, como figura pública [...] depois a nível pessoal começou-me a irritar a parte do... das obrigações sociais no Facebook, teres que dar parabéns [...] és obrigado a... publicamente. Ires a um jantar e teres que avisar pelo Facebook.»

Quando tinha Facebook costumava ter o som das notificações sonoras do *chat* do Facebook ligadas, perguntei se o som não o irritava:

«Irritava-me no sentido que tinha que responder [...] ficava stressado porque tinha que responder, alguém me mandou uma mensagem e eu tenho que estar disponível para...»

«[a mensagem de *chat* do Facebook] é um conceito diferente do *sms*, não é. No *sms* tu envias aquela mensagem e não ficas à espera que a outra pessoa responda [de imediato]. Não é imediato não é uma coisa de *chat* em que tu... A mesma coisa que se eu ligar para ti tu não tens que atender a chamada.»

Chateio o imediatismo das coisas e da resposta.

Há sons muito característicos. O som do *chat* do Facebook ou o toque de chamada ou de mensagem do iPhone.

«Da mesma forma com o toque de telemóvel do iPhone, ou com toque das mensagens do iPhone. São tão características e tu ouves isso em qualquer lado que mesmo que seja outra pessoa qualquer e aquilo começa a tocar tu automaticamente ficas “sou eu?”.»

«Estás programado para ver o que é que está a acontecer. Está a acontecer alguma coisa sem mim? O mundo, a vida está a correr e não estou atento?»

«E esse lado do Facebook do que é real e do que é virtual irrita-me.»

«Hoje em dia tenho *feeds* de notícias, prefiro ter o *rss* e ter os *updates* do que é que está a acontecer em determinadas coisas que eu quero, faço exatamente a mesma coisa que o Facebook, e o Facebook não faz por mim, não é, não me limita lá com o algoritmo não sei das quantas aquilo que eu quero e recebo na mesma a informação.»

«Mas olha agora com o [meu namorado] já pensei em voltar a ter Facebook [...] ele tem Facebook e é bastante ativo. [...] O [meu namorado] não tem o Facebook no telemóvel, mas tem no computador e está sempre a partilhar coisas.»

«Quando ouves um som tens que ir ver o telemóvel, tens que estar atento, tens que estar em cima do acontecimento, se não estás a perder qualquer coisa.»

«Tu tens o eu real, físico e depois tens o eu virtual que tu geres como se fosse uma marca.»

Sobre o conceito de amigo:

«até isso é desvirtuado.»

«Os amigos viram fãs. Tu tens a possibilidade de aquelas pessoas não serem tuas amigas, mas seguirem-te.»

«E ter a maior parte do pessoal do trabalho a pedirem-me amizade, eu não vou beber copos com elas.»

«Esta facilidade de comunicação entre todos, altera-nos.»

---

### Dados

Nome fictício: Camila

Idade: 37

Profissão: Professora de Música/Educação Musical do Ensino Básico

Local onde vive: Alto de São João/Avenida Afonso III

---

### Citações

«Para mim o Facebook é um aspeto visual, não é um aspeto sonoro. Sim, mas o sinal de Messenger, efetivamente, mas (risos) dás-me um segundo? [responde a uma mensagem (*sms*) do namorado] [...] é uma coisa não sonora, eu nem sabia que o Facebook tinha sons. Mas tem sons

de quê? [explico] Eu no computador, o Facebook não tem som nenhum [...] não sei, nem nunca tinha pensado nisso [...]. No telemóvel tem apenas o som do Messenger, mas eu tenho quase sempre o telemóvel no silêncio.»

#### Sobre porque é que tem o telemóvel no silêncio:

«Pelo trabalho e porque me chateia [...] se estiver em casa ponho som, sim. Mas é capaz de ser dos poucos sítios em que eu ponho som, mesmo na rua, porque eu ando com isto na carteira e isto quando há [alguma coisa] vibra e eu sinto que estou a ser contactada. Acho que o meu telemóvel só tem som, não é sempre, mas 90% das vezes quando estou em casa, tenho-o na mesinha de entrada com som e realmente aí tem o som de chamada, tem o som de mensagem e tem o som de Messenger [do Facebook] barra WhatsApp que acho que é o mesmo [som].»

«às vezes chateia-me, aquilo está sempre "tim" e depois outra vez "tim" e depois vou lá é só uma graçola de um.»

«Eu já [desativei as notificações de uma conversa específica] no Messenger e esta semana fiz isso no WhatsApp, porque realmente aquilo estava sempre a tocar e eu já não estou para aí virada.»

«Eu não falo muito por Messenger, portanto o Facebook para mim é uma cena intercalada.»

«Não tenho sempre o computador ligado, mas quando ligo tenho sempre o separador do Facebook aberto [...] e de vez em quando vou espreitando se há alguma notificação.»

«Porque eu às vezes vejo pessoas que abrem o Facebook e têm cinquenta notificações e eu acho aquilo estranhíssimo, porque eu se tenho uma ou duas vou logo ver.»

#### Em relação às mensagens e notificações de Facebook:

«Se o [meu namorado] está comigo eu não tenho tanta necessidade de ir ver o que é.»  
«Aquilo às vezes toca e eu não... não...»

#### Sobre se quando é o telemóvel do namorado a tocar um sinal de mensagem de Messenger o que a faz sentir, se a faz sentir desconfortável:

«Às vezes deixa-me um bocadinho [...] [o facto de não saber quem é].»

«Se [meu namorado] receber uma [mensagem], se receber outra, se receber para aí umas três e não disser nada começo a ficar com minhoquinhas, mas depois passa.»

**02.**

# **Entre os vídeos musicais e o YouTube**

---

# On YouTube and music

PETRA RAKIĆ

I don't think we've even seen the tip of the iceberg. I think the potential of what the Internet is going to do to society, both good and bad, is unimaginable. I think we're actually on the cusp of something exhilarating and terrifying. [...] The actual context and the state of content are going to be so different to anything that we can envisage at the moment. Where the interplay between the user and the provider will be so in simpatico, it's going to crush our ideas of what mediums are all about.

Bowie (1999)<sup>(1)</sup>

## Introduction<sup>(2)</sup>

Founded in 2005,<sup>(3)</sup> YouTube is a relatively young *online* video platform<sup>(4)</sup> that, regardless of genre or historical period, gives

---

(1) The late David Bowie (1947-2016) was an English pop singer-songwriter and actor. His advanced ideas led him to become one of the most important figures of popular culture in the past five decades. The quote is taken from his interview with Jeremy Paxman for BBC Newsnight in 1999. Full interview available on the following link. Accessed April 27, 2018. [https://www.youtube.com/watch?v=FiK7s\\_0tGsg](https://www.youtube.com/watch?v=FiK7s_0tGsg).

(2) This article is an abstract of Chapter 4, "YouTube as a Music Medium", from YouTube and Music master's thesis written in 2016 by Petra Rakić. The full version is available in Slovene on Academia.edu. Accessed April 27, 2018. [https://www.academia.edu/30426691/Magistrsko\\_delo\\_YouTube\\_in\\_glasba\\_YouTube\\_and\\_Music](https://www.academia.edu/30426691/Magistrsko_delo_YouTube_in_glasba_YouTube_and_Music).

(3) YouTube celebrated its 10th anniversary in 2015.

(4) YouTube is the biggest representative of its kind. Other great examples are the French Dailymotion (2005-) and artsy Vimeo (2004-). They compete regarding content (bigger, better, faster), but provide the same service at its core—the ability to upload and share video content online.

access to free<sup>(5)</sup> music<sup>(6)</sup> streaming.<sup>(7)</sup> By doing so, it is changing the music behavior of its creators and users. What are the main changes YouTube has brought upon music communication? Historically, each new technology—from the phonograph to iPod—brought massive changes to the way music is being used (received and shared). YouTube appeared as one of these disruptive<sup>(8)</sup> technologies and achieved the remarkable—it connected all the world's music and combined it on the same platform, one click away from each other. Once again the ideological concepts such as music behavior, genres, and the quality of sound<sup>(9)</sup> have been brought into question. This research sets around YouTube from a musicological point of view to descriptively address *how* the music communication pattern is structured. Exploring popular culture runs parallel with mass media studies, especially since YouTube carries an important role in society by not just being a video sharing platform, but a complex social network (Burgess and Green 2009). Therefore, this interdisciplinary research not only moves between musicology, sociology and media studies, but also anthropology and law. Since YouTube does not preclude music based on genres, it is not researched as popular or classical. Rather, it is being

---

(5) YouTube was one of the first platforms that made it possible to stream music free of charge.

(6) And other content that was not included in this research.

(7) In a newly established complexity of the internet of things, the music industry has been 'saved' by the concept of music streaming (with either advertising business model or paid subscription). A to-date selection of such internet musical practices are YouTube, Spotify, Deezer, Shazam, SoundCloud, Tidal, Pandora, BBC Digital Concert Hall, Berlin Philharmonic, and Apple Music.

(8) Disruptive innovation is any innovation that transforms a product, which was initially so expensive and complicated that it could be afforded only by a handful of people, and makes it accessible to the masses and thus completely changes the market. The phenomenon was defined and analyzed by Clayton M. Christensen for Harvard Business Review magazine in 1995.

(9) Because of YouTube, there is no platonic definition of good sound anymore. Its use originated an explosion of sound quality measures and changed their meaning. Music on YouTube is being used in new (untraditional) environments and different ways—through laptop speakers, earbuds or smartphones without any plugins—which radically affected the way people listen to the sound and think about sound quality (Evans 2016).

regarded as a medium through which all kinds of musical works<sup>(10)</sup> are being transmitted using the same scheme of communication.

### How did we get here?

Let us begin with the fact that music depends highly on technology. One cannot imagine any music discussion without considering its technical conditions. The latter are crucial for any music activity, as technology has the power to influence art to such an extent. Blaukopf<sup>(11)</sup> argued that music should be understood within the context of technology available at the time of its creation. He said that each new technology puts music into a new circumstance, which consequently causes it to transform (Stefanija 2010, 142). Very often YouTube is considered as something that has always existed since it is now almost impossible to imagine life before this platform. But it has only been around for a decade and was surely not the first technology that brought changes to music and music communication. Here is a reminder of some of the major technologic shifts from the past. Our silent history was revolutionized in 1877 by the invention of Edison's phonograph,<sup>(12)</sup> which was followed by Berliner's gramophone in

---

(10) We cannot claim that any musical unit corresponds to a musical work. Musical work is any (musical) combination of (music) elements, composed by a musician. The idea of it was historically formed after the eighteenth century (Goehr 1992). YouTube's concept of a musical work highly depends on the fact that it is presented in a video format. When reviewing the history of video formats, we are witnessing a radical reduction of the time frame. The average length of the cinema format is ninety minutes, for television, it is somewhere between thirty to fifty minutes, but YouTube's settled format is from one to two minutes. Modern mobile apps for video sharing (with music in its focus), such as Vine (which was shut down in 2016), Dubmash, Snapchat, Musical.ly and Instagram (before the format was extended to sixty seconds in March 2016) are even more radical—with narrative time from six to fifteen seconds. Technology determines the music format. In YouTube's case, we are dealing with musical works presented in a form of a video that had to be adapted to the use of smartphones in the high paced digital age. YouTube is not ideal for longer music pieces, causing difficulties for contemporary art music and classical music to be presented, which are mostly oriented towards large forms (Gidal 2008).

(11) Kurt Blaukopf (1914-1999), Austrian musicologist and the founder of the sociology of music in Vienna.

(12) The digital age and the emergence of YouTube could be defined as a phonographic effect (Katz 2004).



the late nineteenth century. The first recorded music replaced the importance of sheet music, which had previously replaced the only-existing oral tradition. Further developments brought tape recorders, electrification of the musical instruments, mixing tools, amplifiers and the emergence of radio and television in the first half of the twentieth century. That was followed by cassettes, CDs, music videos on television (MTV), mp3 formats and portable devices for listening to music and *online* audio-visual platforms at the end of the century. All these innovations had a profound impact on how people receive and share their music. Consequences can be seen in the three following areas: a) performing;<sup>(13)</sup> b) recording;<sup>(14)</sup> c) consuming.<sup>(15)</sup>

At this point, it should be noted that when we talk about musical development, we should not talk in terms of progress, but rather regarding significant improvements of technical tools for music. With this mindset, the old musicological tradition of presenting constant music progression<sup>(16)</sup> is being left behind. Progression from one technology to another does not always reflect towards the positive. For example, digital formats have brought an end to mixtapes. Furthermore, the concept of a whole

---

(13) Example: singing with a microphone as a novelty has led to changes in vocal techniques. The aesthetics of singing changed, when the need for a strong voice was outshined by other characteristics of the human voice. Thus, techniques such as crooning were invented—deep and emotionally charged singing typical for jazz performers in the first half of the twentieth century. Another major change in vocal performing was the invention from the nineties when it became possible to automatically manipulate the intonation of a singer using autotune.

(14) Technologic inventions in the sound recording field gave birth to new ways of music storage that were more suitable for mass distribution. However, the new recording technology (computers, digitalization of the audio and other studio techniques) yielded both new opportunities as well as restrictions for the organization of the sound.

(15) The novelties in consumption are availability (whatever), the portability (whenever) and the ability to disseminate diverse music (from all around the world to all around the world).

(16) Attali argues that old musicology thought of music history in an order of constant improvement: primitive, classic and modern (Attali 1985, 10).

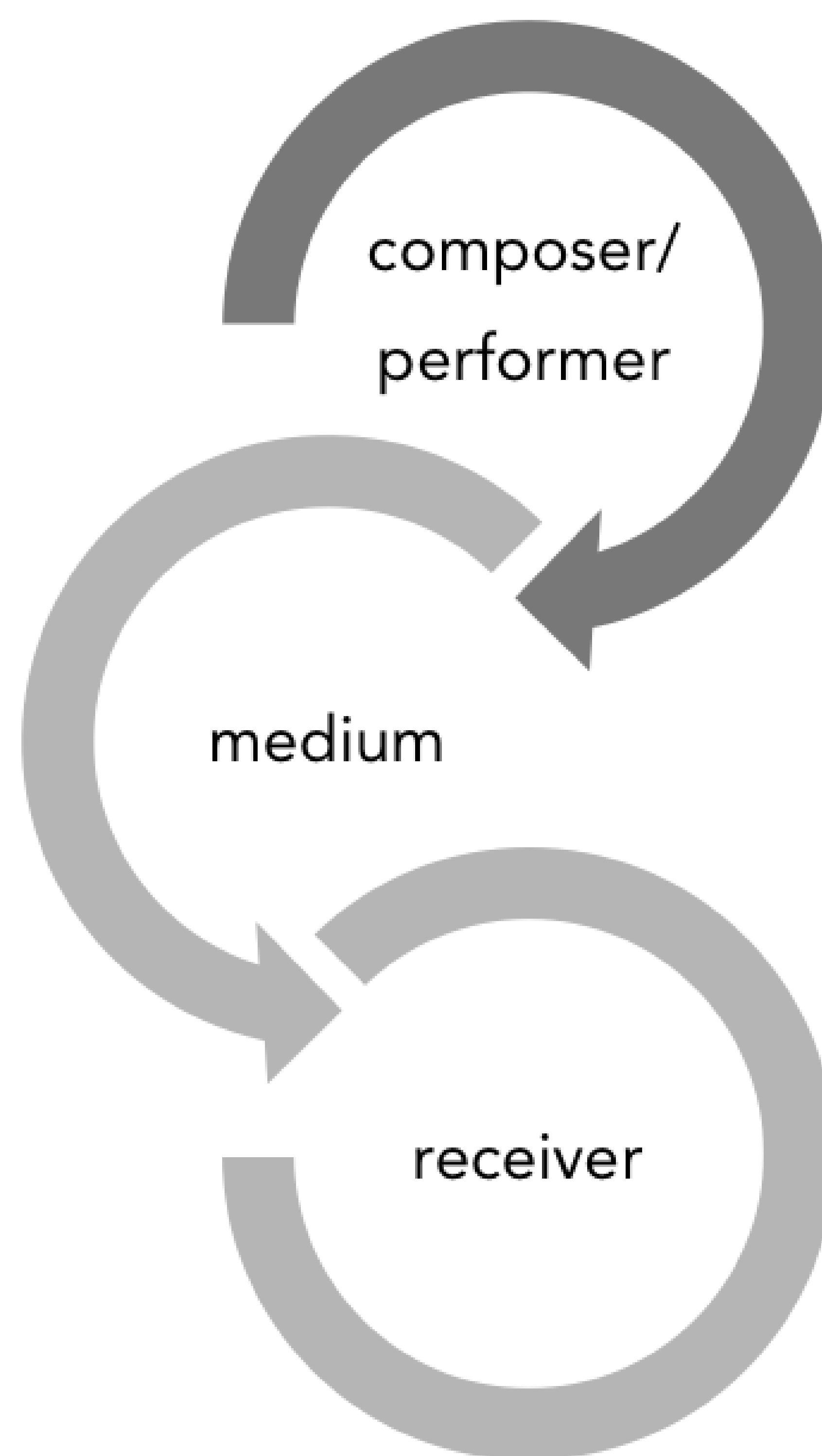
album was lost when it was possible to purchase individual songs in digital format from online music stores. YouTube, and Napster before it, brought losses to the music industry with the decrease of album sales and gained opponents amongst the record labels. Lastly, the magic of direct live musical communication is absent when watching filmed concerts on YouTube.

In the last two decades of the twentieth century, television was the biggest mediator of music communication. It occupied a central position in living rooms, making it the most important source of sound in our homes, with a remote control that usually had to be fought for amongst its users. In the twenty-first century, the soundscape of a family house is quite different. Each user of music has the option of complete isolation with a little help from electronic friends (laptops, tablets, and smartphones connected to the internet) and signal converters to audio (speakers and headphones). In other words—today's music reception is friendlier to its users since it can be adjusted per their needs. Therefore, YouTube can and aims to target its users directly, with personalized settings and specific segments of content, rather than generalized and universal ones.

### **Music communication**

There are three segments of any music communication. The first one is musicians. When we talk about musicians we talk about: 1) those that create music (composers and arrangers); 2) those that perform music (performers); and 3) those that create and perform their music. These are the senders within any music communication. The second segment is presented by music recipients (in

this case the audience). In between the two stands medium,<sup>(17)</sup> the main tool that allows music to be transmitted from one to another providing some form of management and distribution. A prerequisite for this communication to be successful is a communication chain (Fukač 1991, 53-55). The chain is completed when the information is transmitted from the source to its destination—the music recipients.



**Image 1.** The music communication chain.

YouTube is an online platform that broke the frames of this *one-way-only* communication model. Firstly, YouTube introduced

---

(17) Traditionally the radio, television, a record company or a music publishing agency.

these two concepts: the creator and the user. To theoretically understand the following, it is necessary to delineate both:<sup>(18)</sup>

1) The production and reproduction. Who are the musicians on YouTube?

A YouTube's *creator* would be regarded as a *musician* in musicological terms. A creator on YouTube is whoever uploads original video content on the platform (with copyrighted music—as a composer or a performer). Besides uploading content, creators engage with the platform also as users, when they respond to comments beneath their videos or engage with the content from other creators. Ultimately, all creators are also users of YouTube, since they must open the so-called user's account to publish and have a channel on the platform.

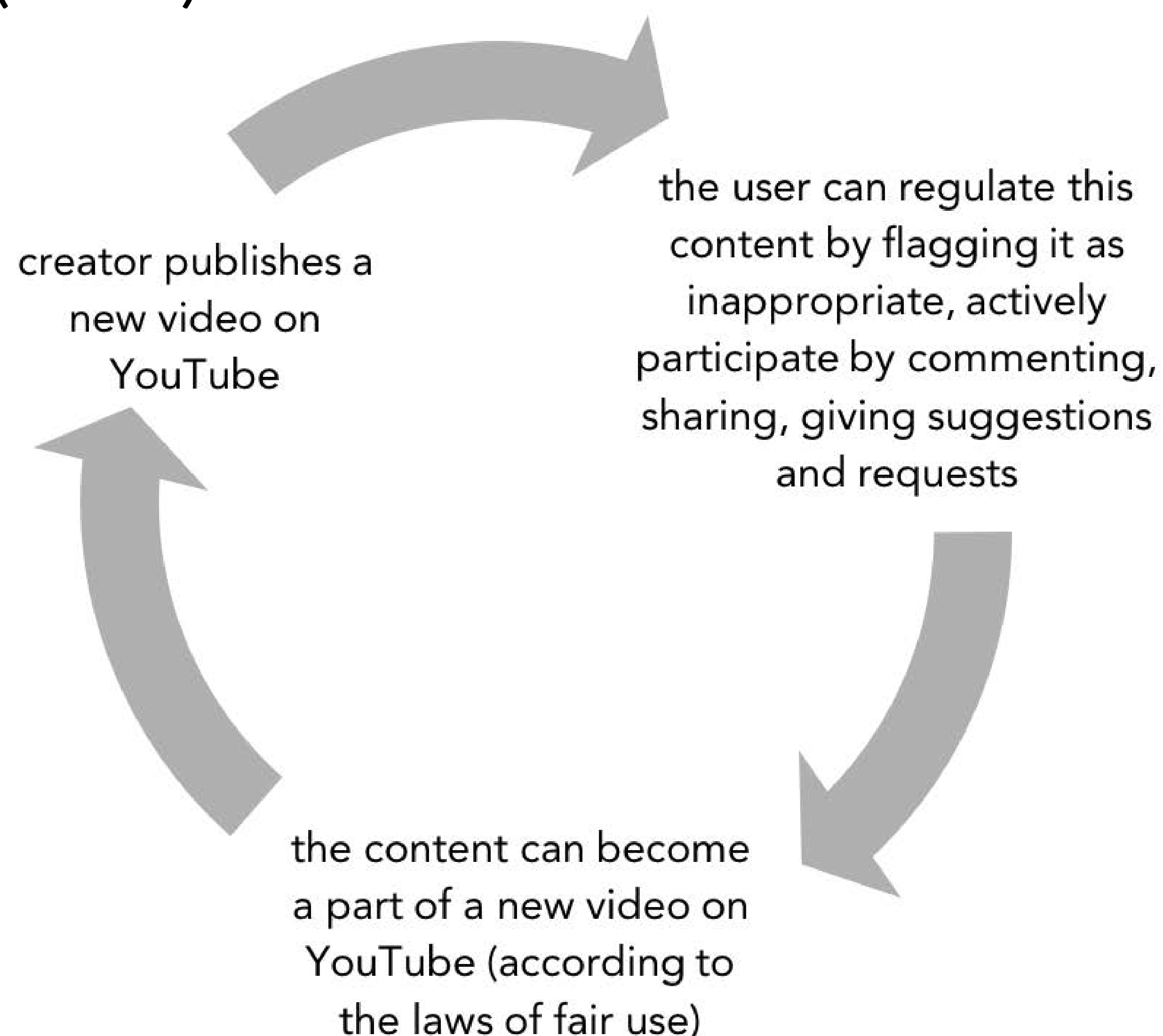
2) The reception. Who are the recipients of music on YouTube?

A recipient of music on YouTube is addressed as a *user*. The definition of a user is most comparable to the musicological terms of a *listener* or the *audience*, but since the music on YouTube is being watched as well as listened to, a user does seem like a less problematic term. YouTube's user is anyone who watches and/or listens to music content on YouTube. Users are encouraged to engage with creators, leave comments, ask questions and respond with recommendations or

---

(18) It can be safely argued that there is no strict limitation between the two concepts. This is merely a theoretical division. With participatory culture and the era of spreadable and convergent culture (best defined by Jenkins, Ford and Green in *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, in 2013) the barriers of interactions are becoming harder to place, as user's role becomes more and more active.

requirements beneath their videos,<sup>(19)</sup> regulate the content by flagging,<sup>(20)</sup> and share it on their social networks. Each user is also a potential creator. Their function can become creative if they combine, transform or comment on creators' material in a video form<sup>(21)</sup> and upload it straight back to the platform. The interaction between the creators and users on YouTube is direct. The *read-only* option is replaced by *read-and-write* option (Lai 2013), where the reactions and responses of recipients (in text or video) are just as important as the uploaded content. Or, as Bowie puts it, "the audience is at least as important as whoever is playing" (Bowie 1999). His prediction of the twenty-first century was correct. This is the new interplay between the musicians (creators) and the recipients (users):



**Image 2.** The circle of music communication on YouTube.

(19) Creators can also choose to mute this option below their videos. By doing this, the circle of music communication is broken.

(20) The user can always flag inappropriate or copyright-protected content material on YouTube.

(21) When creators' content becomes a part of another user's uploaded video it must follow the YouTube's law of fair use. For more information click on the following link. Accessed April 27, 2018. <https://www.youtube.com/yt/copyright/fair-use.html#>.

The circle benefits from direct links that are concluded between individual levels. This new way of music communication on YouTube is possible due to direct dialogue and the creative interactions that have been enabled between: two different creators; a creator and its user; and a user with another user. Millennials in particular enjoys the fact that it can join their followed creators on the same platform.

The users who participate on YouTube as providers of content (creators) are in the minority. However, the number of creators has been increasing over the last few years as YouTube continues to encourage its users to create. Hartley's prediction that the number of creators on YouTube will grow was correct. However, the fact that YouTube does not educate their creators has been changed<sup>(22)</sup> (Hartley 2008). The main difference between creators and users is that serious creators<sup>(23)</sup> consider YouTube as their career option. With high viewings<sup>(24)</sup> and many subscribers to one's channel, creators can make a living on YouTube.

### **The democratization of art**

YouTube is providing a newly received independence from the old brokers, who were previously responsible for the promotion and dissemination of music (Hartley 2008). Their role has been taken over by YouTube, a newer medium standing between the creators and the users. The central claim of this article is the new reception path going bottom-up (and DIY based), rather than top-down.

---

(22) Therefore, the opening of YouTube Spaces.

(23) An active YouTube creator publishes new content once to twice a week.

(24) Unfortunately, the importance of a YouTube video is being measured by the number of views and likes a certain video receives. It should be strongly emphasized that, regarding music, the high figures should not be equated with the quality of music.

Digital technology gives everyone the means to express themselves, and it empowers them to speak—and to be heard by others, including those in power—in ways that previous generations could only have imagined. Creators no longer need to rely on the old gatekeepers like professional agencies, editorial boards, and producers. Digital technology allows creators “to route around” the traditional intermediaries by using the hardware and software in their dorms and homes (Palfrey and Grasser 2008, 125).

Three types of communication—mass, intrapersonal and interpersonal—coexist on YouTube, are intertwined and mutually reinforced. Castells argues: “What is historically novel [...] is the articulation of all forms of communication into a composite, interactive, digital hypertext” (Castells 2009, 55). Potentially, YouTube gives the creators a chance to reach out (with their music) from their own bedrooms<sup>(25)</sup> to users from all over the world.

With online platforms, such as YouTube, a wave of endless possibilities opened for DIY creators that can share content unlimitedly—without institutional control. The internet brings the end to the literate culture in which most people read, but only a few get a chance to publish (or post). The communication transformation that occurred because of technology was rapid:

Today, most young people in many societies around the world carry mobile devices—cell phones, Sidekicks, iPhones—at all times, and these devices don’t just make phone calls; they also send text messages, surf the Internet, and download music. This is the most rapid period of technological transformation ever, at least when it comes to information. [...] The Chinese invented the printing press several centuries before Johannes

---

(25) Burgess uses the term bedroom musicians to describe this phenomenon.

Gutenberg developed the European printing press in the mid-1400s and churned out his first Bibles. Few people could afford the printed books made possible by presses for another several centuries. By contrast, the invention and adoption of digital technologies by more than a billion people worldwide has occurred over the span of a few decades (Palfrey and Gasser 2008, 3).

We can imagine the internet as an unlimited publishing house, in which everyone can contribute (Hartley 2008). The user is no longer a mere recipient of the music. The user gets a chance to join the process—which “ups the productivity of the whole system” (Hartley 2009, 132). With this method, a new combination of experts in music, complete amateurs, and all those in between, are available on YouTube.

## Conclusion

As it was mentioned in the introduction, this is not a research about popular, nor classical music. YouTube knows and streams them both. YouTube has been deliberately observed from a new post-genre point of view that challenges this binary division and acknowledges a rethought system powered by modern algorithms that study the music taste of its users individually—with machine learning and big data gathering. The algorithms are both passive (nothing happens until the search engine is used by an individual) and active (YouTube automatically plays suggested video content). The latter is not to be taken for granted:

One of the key economic resources of the 21st century is personal data. As streaming platforms increasingly move customer data to create



value, fans' listening habits will influence and be influenced by the protocols, functionality and business models of the platforms. At its extreme, what fans perceive as listening choice is very open to manipulation by the program architecture that underpins the streaming service (Flynn 2015).

YouTube's positioning on paper is very neutral in a sense that it presents itself merely as a platform which offers a variety of services to use, create, and share videos. By doing so, it is consciously letting go of the responsibility for some of the radical shifts and issues of law. One might think of YouTube as a website, but it is much more than that. In 2012 it became a mobile application. It's a space,<sup>(26)</sup> it's a campus, it's a community. It's a way of life. Time spent on YouTube is almost a ritual and certainly a daily routine for many people on the internet. Although it is frequently used and holds the title of the second most visited website on the internet,<sup>(27)</sup> its effects on the social variables that scope today's music reception remain almost unexplored. Here are some ideas and tips for further researches dealing with YouTube and music, YouTube's role in the music industry or its music algorithms. Firstly, as with any phenomena connected to the internet and the new technology, what is written about YouTube becomes largely irrelevant and outdated within just a few years. This represents an aggravating factor in the understanding of the material. As a researcher, one should be aware of this maturity. In practice, this means that the

---

(26) The purpose of YouTube Spaces is to grow the YouTube community, connect the like-minded YouTube creators and encourage collaborations between them. So far, the doors to YouTube Spaces have already been opened in Los Angeles, New York, Rio, Toronto, London, Paris, Berlin, Dubai, Mumbai, and Tokyo. They provide recording studios with all technical equipment and staff, organize workshops for creators and hold events for networking on a regular basis. To meet the conditions for its use, creators must have well visited and subscribed channels on YouTube.

(27) According to Alexa statistics, YouTube.com surpassed Facebook and became second most visited website on the internet in April 2016. Accessed April 27, 2018. <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>.

researcher should carefully observe any outdated information,<sup>(28)</sup> and place YouTube—rather than a static point of the current situation—on a timeline with deeper understanding. An example of that was given in the historical overview of this article. Secondly, YouTube should become a visual extension to academic literature. Especially in the field of music, an integration of diverse modern material could enrich the text and provide further information regarding the topic. Links to URLs on YouTube have been presented as external sources connected to this article in a digital format. Finally, the future researchers should study the (here described) new interplay between the creators and users with width and depth. The users' passive role towards music has been changed to an active one, as it has been shown in this article with Image 2. Besides the study of relations between the creators and users, YouTube would also require numerous case studies that would deal directly with creators and users of different generations and nationalities (Cayari 2011). An interesting study could be done about the new definition of democratized art in the twenty-first century, or, according to Bowie, the "grey area between what an art is and what the audience say it is" (Bowie 1999).

---

(28) Especially YouTube's figures that constantly change and become outdated before articles can even make it into print.

## References

- Attali, Jacques. 1985. *Noise: The Political Economy of Music*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bowie, David. 1999. "David Bowie Speaks to Jeremy Paxman on BBC Newsnight (1999)." *YouTube*. Accessed October 29, 2016. [https://www.youtube.com/watch?v=FiK7s\\_0tGsg](https://www.youtube.com/watch?v=FiK7s_0tGsg).
- Burgess, Jean, and Joshua Green. 2009. *YouTube Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, Manuel. 2009. *Communication Power*. Oxford – New York: Oxford University Press.
- Cayari, Christopher. 2011. "The YouTube Effect: How YouTube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music." *International Journal of Education & the Arts* 12/6. Accessed June 1, 2015. <http://www.ijea.org/v12n6/>.
- Evans, Justin. 2016. Skype call with the author. August 9.
- Flynn, Mat. 2015. "So, What Music Are You Into? Valuing Fan Engagement in a Recorded Music Attention Economy." Paper presented at the Conference Listening to Music: People, Practices, and Experiences, London, Royal College of Music, October 24.
- Fukač, Jiří. 1991. *Pojmosloví hudební komunikace* [The Conceptual System of Musical Communication]. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta.
- Gidal, Marc M. 2008. "Review Essay: YouTube.com for Ethnomusicology." *ICTM Yearbook for Traditional Music* 40:210–212.
- Goehr, Lydia. 1992. *The Imaginary Museum of Musical Works: An Essay in the Philosophy of Music*. Oxford: Oxford University Press.
- Hartley, John. 2008. "YouTube, Digital Literacy and the Growth of Knowledge." *Media, Communication and Humanity Conference 2008 at LSE*. Accessed April 27, 2018. <https://eprints.qut.edu.au/18013/1/c18013.pdf>.
- Katz, Mark. 2004. *Capturing Sound: How Technology has Changed Music*. Berkeley: University of California Press.
- Lai, Katie. 2013. "How Are Our Undergraduates Using YouTube? A Survey on Music Students' Use of YouTube and the Library's Multimedia Collection." *Routledge Music Reference Services Quarterly* 16:199–217.
- Palfrey, John, and Urs Gasser. 2008. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.
- Stefanija, Leon. 2010. *Sociologija glasbe: zgodovina, teorija in metodologija*. In *The Sociology of Music: History, Theory and Methodology*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete.

# Da MTV para o YouTube: o caso do hip hop

---

JOÃO PEDRO DA COSTA

Não obstante o facto de alguns capítulos decisivos da história do hip hop se terem desenrolado à *margem* do vídeo musical, um olhar atento à forma como, nas últimas quatro décadas, o movimento foi definindo a sua identidade visual nesse formato poderá fornecer-nos algumas valiosas pistas de leitura, não apenas para a sua conturbada relação com as políticas de representação da comunidade afro-americana, a indústria musical, a sociedade de consumo e a doxa, como para a forma como o rap (e, a partir do final da década de 90, o neo soul e o R&B) foram simultaneamente incorporando e influenciando sons e imagens de proveniência diversa (Shelby 2015, 60). O que se propõe de seguida é, portanto, uma brevíssima viagem multimédia pelo hip hop ou não fosse o videoclipe um dos raros formatos capaz de congregar e expandir os estímulos orais, sonoros, físicos e visuais que são os alicerces do movimento.<sup>(1)</sup>

A análise irá deter-se na década de 1980 porque é neste intervalo temporal que se encontram as pistas de leitura decisivas para descodificar (através do *gangsta rap*, da apropriação cultural

---

(1) Este artigo foi desenvolvido e financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do Programa Estratégico UID/ELT/00500/2013 e por Fundos FEDER através do Programa Operacional Fatores de Competitividade – COMPETE POCI-01-0145-FEDER-007339. O autor não segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990.

e do movimento feminista afro-americano) a obra das duas maiores e influentes estrelas planetárias do hip hop da actual paisagem mediática digital: Kendrick Lamar e Beyoncé. Esta focalização videomusical permite igualmente desconstruir algumas das ideias pré-concebidas que tendem a terraplanar o hip hop como a sua pretensa apologia do materialismo, da marginalidade, da misoginia ou da homofobia: o movimento é complexo e heterogéneo, repleto de valiosas nuances e contradições.

Apesar de ter nascido anonimamente nas conturbadas ruas do Bronx, Nova Iorque, com as festas de bairro organizadas pelos Ghetto Brothers e DJ Kool Herc no final da década de 60, pode-se dizer que, logo no início da década de 80, o hip hop já se tinha transformado num género comercialmente promissor. As editoras, no entanto, continuavam a não saber o que fazer com um tipo de música que, na época, teimava em ser visto como uma moda passageira ou um epifenómeno. Era, por isso, inevitável que tivesse sido um cavalo de Tróia a marcar a incursão inaugural do hip hop pela televisão musical. «Rapture» (1981) dos Blondie não foi apenas o primeiro tema a incluir um rap (cortesia de Debbie Harry) a chegar ao topo da Billboard, como o seu videoclipe foi o primeiro do género a passar na MTV, escassas semanas após a sua promissora estreia, no dia 31 de Janeiro de 1981, na mítica série musical televisiva *Solid Gold*. Apesar de artistas como Grandmaster Flash, Afrika Bambaataa e The Sugarhill Gang terem *rapado* desde meados da década de 70, a canção atrás referida marca historicamente o primeiro momento em que o rap é incorporado num tema pop, cujo sucesso ficou muito a dever à sua intensa promoção na MTV. O videoclipe, realizado por Keef, foi filmado no East Village (Manhattan) e, pormenor

importante, num estúdio nova-iorquino onde foi reproduzido o cenário de uma rua de Bronx com artistas de *graffiti* e *cameos* de figuras de proa do movimento, tais como Fab Five Freddy, Jean-Michel Basquiat e Grandmaster Flash.

Tendo sido um dos pioneiros do movimento hip hop, ao ter criado no final da década de 70 a Zulu Nation, era forçoso que fosse uma das mais emblemáticas criações de Afrika Bambaataa a dar origem ao primeiro videoclipe integralmente dedicado ao hip hop intitulado «Planet Rock» (1982). O respectivo teledisco foi o primeiro a documentar de forma precisa a subcultura dos músicos de hip hop, dos artistas do *graffiti* e dos *b-boys/b-girls*.<sup>(2)</sup> Tudo graças a uma energética colagem de imagens de proveniência diversa que dá a ilusão de ter sido levada a cabo em tempo real, impondo um registo performativo e documentarista que torna pálida a anterior emulação encenada em estúdio para o vídeo de «Rapture» dos Blondie (Chang 2005, 70-73). Inúmeras vezes copiado, mas jamais suplantado, o vídeo de «Planet Rock» conseguiria a proeza de ser o primeiro a traduzir em imagens a euforia dos *party anthems* enquanto forma de comunhão não apenas da comunidade negra mas de todos aqueles que, independentemente da raça, sexo ou idade, se sentem ainda hoje directamente interpelados por um «Party people, party people! Can y'all get funky?».

No mesmo ano, Grandmaster Flash & The Furious Five lançam «The Message» (1982), um dos mais celebrados e ubíquos hinos do hip hop. O tema operou uma decidida inflexão temática do hedonismo típico dos *party anthems* para o comentário social através de uma decidida mudança de protagonismo do DJ para

---

(2) Dançarino(a) de *breakdance*.

o MC,<sup>(3)</sup> potencializada pela utilização de *beats* mais lentos e pela criação de um espaço na mesa de mistura que permitiram que as letras se tornassem audíveis (Serrano 2015, 29-33). Esta clivagem sónica e verbal origina igualmente uma revolução visual. O videoclipe de «The Message» é o primeiro que funciona como uma cápsula de tempo que retrata, sem filtros ou contemplações, a dura realidade das ruas de Nova Iorque. Ciente da necessidade de os vídeos de hip hop estarem ancorados num contexto urbano específico e num contexto sócio-económico bem definido, Alvin Hartely optou por filmar uma espécie de itinerário por diversos locais da cidade abandonados pelo progresso e esquecidos por uma sociedade de consumo surda e cega às dificuldades da comunidade negra e a flagelos como o da toxicodependência. O cenário é uma esquina bem real das ruas do Bronx e não um qualquer simulacro hollywoodesco como os construídos para os videoclipes de «Rapture» ou de «Billie Jean».

À medida que o *graffiti*, o *breakdance* e o *slang* das comunidades negras começavam a romper as fronteiras de Nova Iorque e a disseminar-se pelos grandes conglomerados urbanos dos Estados Unidos, o cerco à teimosia da MTV em ignorar o hip hop tornava-se cada vez mais apertado. As acusações de racismo apontadas ao canal possuem, de resto, argumentos bem documentados (Charnas 2010, 114). Nos primeiros anos da sua existência, os únicos artistas negros que a MTV acolheu eram figuras consideradas «inofensivas» como Lionel Richie ou Michael Jackson, ignorando o hip hop de forma quase ostensiva. Se, por um lado, a MTV afirmava que apenas se recusava a passar vídeos de hip hop por serem toscos e de baixa-fidelidade; por outro lado, as

---

(3) *Master of ceremonies* ou *rapper* entendido como o equivalente a vocalista na cultura *hip hop*.

editoras não investiam mais dinheiro na sua produção porque a MTV não os passava.

O primeiro vídeo hip hop a romper este círculo vicioso criado pela MTV foi o de «Rock It» (1983) de Herbie Hancock (Marks e Tannenbaum 2011, 170). Apesar da excelência musical do tema e do facto de Hancock já ser, à época, um popular artista *crossover* suportado pelo poderio económico de uma *major*, os méritos da façanha têm de ser em grande parte atribuídos a Godley & Creme, dupla responsável pelo videoclipe. O vídeo, que marcaria a história do formato, era, na época, algo nunca visto: no que parecia ser a casa abandonada de um cientista louco, uma série de esculturas robóticas maníacas dançam até à sua própria destruição instigados pela música de Herbie Hancock. Formalmente, o aspecto porventura mais inovador é a forma como Godley & Creme fazem ecoar o *scratching* de Grand Mixer D.ST nas imagens do vídeo, prefigurando algumas técnicas contemporâneas de *VJing*, e, o mais sintomático, o facto de Herbie Hancock apenas surgir de forma fugaz dentro de um televisor a tocar o tema.

É possível apontar factores musicais e extra-musicais que ditaram o papel absolutamente decisivo dos Run-DMC na entrada do hip hop na MTV. Musicalmente, as razões são óbvias: contrariamente a precursores como Blondie ou The Sugarhill Gang, que ancoraram a sua abordagem ao hip hop no disco-sound, o duo de Queens assumiu desde sempre que o que fazia era «rock» (e isso, como é óbvio, era música para os ouvidos da MTV). Extra-musicalmente, a aparência dos Run-DMC não era ameaçadora, muito pelo contrário, tinham boa-pinta, eram divertidos, fotogénicos e vestiam-se como personagens de desenhos animados, o que se encaixava na perfeição no horizonte de expectativas da



audiência do canal. Pouco mais de dois anos separam os vídeos de «Rock Box» (1984), «King of Rock» (1985) e «Walk This Way» (1986) e o conjunto forma uma das mais importantes trilogias de telediscos da história do hip hop. Historicamente, «Rock Box» foi o primeiro videoclipe de uma banda afro-americana a passar na MTV. Tanto o monólogo inicial do Professor Irwin Corey (que dá uma explicação delirante sobre a natureza e a origem da música rap, fazendo tábua rasa do seu problemático contexto sócio-económico), como as poses de Eddie Martinez (a sua guitarra foi a primeira não-samplada a entrar num tema hip hop) e o miúdo caucasiano que persegue os Run-DMC (e que pretende ilustrar, com escassa subtileza, o potencial fascínio transracial do duo nas gerações mais jovens), catapultam este vídeo para os antípodas do de «The Message» e aproximam-no, visualmente, muito mais da euforia dançante do videoclipe produzido dois anos antes para «Planet Rock» de Afrika Bambaataa & The Soulsonic Force (dois videoclipes que, de resto, apenas passariam na MTV na segunda metade da década de 80).

A omnipresença da palavra «rock» nos títulos de alguns dos primeiros grandes sucessos do hip hop («Planet Rock», «Rock It», «Rock Box», «King of Rock», «The Haunted House of Rock», «Rock the Bells», etc.) acabaria por ter um efeito secundário, porventura, não previsto pelos seus primeiros apóstolos. Em breve, não seria apenas a comunidade negra a apregoar o movimento como um novo evangelho, mas toda uma geração inter-racial a utilizar alguns dos seus pilares (com destaque para o rap) como um instrumento para tornar mais contemporânea e urbana numa gama cada vez mais ampla de géneros musicais. O hip hop preparava-se para passar, rapidamente, de substrato para superstrato musical e visual.

Originalmente idealizada como uma crítica feroz à mentalidade machista dos *frat boys*, a ironia que esteve por detrás da concepção do vídeo de «(You Gotta) Fight for Your Right (To Party)» (1986) dos Beastie Boys acabaria por ser triturada pela gigantesca máquina promocional da MTV para se transformar num genuíno hino à destilação mais foleira do hedonismo dos anos 80. Apesar de «Fight for Your Right» ser também um genuíno *party anthem*, há muito pouco em comum entre o seu vídeo e o de «Planet Rock» de Afrika Bambaataa. Não se vislumbra aqui o mais pequeno vestígio de *breakdance*, *beatbox*, *turntablism*, ou de qualquer outro elemento típico da cultura hip hop e a coisa assemelha-se à mais recente oferta de uma das bandas de heavy metal que começavam a invadir a MTV. Esta pequena narrativa suburbana, protagonizada por três caucasianos, que misturava, de forma caricata e caricatural, um conjunto díspar de influências (do cinema mudo ao vernáculo típico do porno VHS), acabaria por se revelar extremamente eficaz e colocaria em velocidade de cruzeiro a viagem do hip hop rumo à supremacia da televisão musical (Kulkarni 2015, 47-48).

Ao mesmo tempo que a cultura hip hop ia conquistando um público cada vez mais vasto e esbatendo fronteiras como as da raça e dos géneros musicais, começava a impor-se a partir da segunda metade da década de 80 um subgénero hardcore e underground resolutivo a trazer para a mesa (de mistura, pois claro) um conjunto de questões que, apesar de raramente discutidas pelos meios de comunicação social ou articuladas pelo *showbiz*, estavam relacionadas com o caos urbano que ia devastando as comunidades negras dos Estados Unidos. A contradição que mina desde os primórdios o *gangsta rap* será porventura irresolúvel e passa por saber até que ponto é legítimo denunciar de

forma audível questões como a violência, o crime e a toxicod dependência, nem que para isso se corra o risco (mais ou menos calculado) de, ao mesmo tempo, promover a sua prática junto de um público-alvo jovem e, por isso, particularmente influenciável. A dimensão política do *gangsta rap* nutria-se de um *ethos* realista que exigia necessariamente uma estética visual que fizesse jus à crueza da sua abordagem musical. Isto levava muitas vezes a uma deliberada confusão entre os actores (*rappers*) e as suas personagens (*gangsters*).<sup>(4)</sup> O *gangster* transforma-se assim na encarnação videomusical do *rapper* (e as forças policiais na sua némesis) e a sua temeridade no equivalente ao virtuosismo verbal do MC. Estariam artistas como Ice-T ou Kool G Rap apenas a interpretar um papel nos seus vídeos ou a revelar a verdade nua e crua das suas próprias vidas? Perguntas como esta eram deliberadamente deixadas sem resposta (Austerlitz 2007, 91).

À semelhança de contemporâneos como Ice-T ou Scholly D ou de futuras estrelas do rap de Los Angeles como Tupac Shakur, uma parte substantiva da mensagem dos vídeos dos N.W.A. estava codificada, não apenas no conteúdo verbal bélico e confrontativo, mas igualmente na indumentária dos seus protagonistas (bonés dos Kings, casacos pretos, capuzes e lenços ao pescoço). No videoclipe de «Straight Outta Compton» (1988), os MCs caminham cheios de confiança por diversas ruas de Compton, como que alheios à perseguição dos agentes da LAPD. Para além do icónico par de ténis em chamas a caminhar de forma ameaçadora em direcção à câmara ser, ainda hoje, um ícone do vídeo *badass*, nenhum outro videoclipe rap da época seria capaz de

---

(4) A personificação do *gangster* (ou fora-da-lei) no hip hop na tradição marginalista da resistência e do protesto da comunidade afro-americana às suas condições de vida (Perry 2004, 103).

emular a energia e a fúria emanadas por este bando de guerreiros urbanos. O teledisco ficaria igualmente na história por ter sido um dos primeiros de uma longa lista a ser adulterado pela MTV, substituindo a avalanche de «fucks» por palavras inofensivas como «get». Este acto censório é significativo e indicava que os tempos estavam a mudar. Pelos vistos, nem sequer a violência verbal, musical e visual dos N.W.A. era pretexto suficiente para os seus vídeos ficarem à porta da televisão musical. A sua influência viria a ser tremenda e, ainda hoje, podem encontrar-se ecos das suas estratégias visuais nos cenários urbanos da obra do mais importante rapper do novo milénio: Kendrick Lamar.

No final da década de 80, e no espaço de apenas um ano, a barragem criada pelos responsáveis da televisão musical norte-americana abre finalmente as suas comportas para deixar passar o caudal incessante do hip hop. Dois programas contribuíram de forma decisiva para a enxurrada: o *Yo! MTV Raps* (MTV) e o *Rap City* (BET) foram os primeiros conteúdos editoriais exclusivamente dedicados ao hip hop, passando videoclipes rap, entrevistas às suas estrelas e produtores, e actuações ao vivo com MCs, DJs, *freestylers* e *b-boys/b-girls*. Não é por acaso que no ano seguinte ao surgimento destes programas os MTV Music Video Awards instituem a categoria «Best Rap Video».

Dito hoje em dia poderá parecer pouco verosímil, mas a verdade é que uma percentagem considerável dos vídeos de hip hop da década de 80 demonstrava uma notável falta de interesse pelo sexo. A maioria simplesmente ignorava o tema, os MCs faziam-se sobretudo acompanhar por *b-boys*, sendo reservado o direito de admissão às mulheres no seu universo masculino. Seria apenas na viragem da década de 90 que as mulheres (enquanto meros

objectos de desejo carnal ou “bombos da festa”) começariam a figurar, de forma cada vez mais frequente, no formato videomusical. Face à manifesta misoginia de muitas das letras do *gangsta rap*, é muito provável que a objectificação da mulher tenha sido uma importação do livro de estilo dos vídeos de heavy metal que foram dependendo cada vez mais da volúpia provocada pela presença de esculturais corpos femininos nos seus videoclipes para vender discos. Genuínos percursores dos *booty videos* que dominariam o novo milénio podem ser encontrados em videoclipes rap como os de «Big Ole Butt» (1989) de LL Cool J, «Me So Horny» (1989) dos 2 Live Crew ou «Baby Got Back» (1992) de Sir Mix-A-Lot, só para referir os mais populares.

Como é óbvio, não há nada de inerentemente sexista ou político em qualquer forma de música popular e o rap não é excepção. Prova disso é o facto de, logo a partir de meados da década de 80, a crescente popularidade da cultura hip hop não ter deixado de ser acompanhada pelo surgimento de um notável e talentoso elenco de *rappers* femininas e feministas como Roxanne, MC Lyte, Shelly Thunder, Salt 'n' Pepa, Queen Latifah, Sweet Tee, Ms. Melodie, Antoinette, Precious e artistas *crossover* como Paula Abdul e Neneh Cherry. A maioria delas utilizava o hip hop como uma manifestação radical da cultura afro-americana mas, contrariamente aos seus parceiros masculinos, focava a sua atenção não apenas nas questões da raça, mas também nas do género. Para além das letras, esta galeria de *rappers* soube utilizar com grande argúcia o formato videomusical como veículo de promoção das suas mensagens feministas. Através do guarda-roupa, da pose, da dança e de um uso cirúrgico de certas imagens, as

*rappers* conseguiram tornar ainda mais acutilantes e eficazes as suas representações do poder e do desejo sexual femininos.

O vídeo que Fab 5 Freddy realizou para «Ladies First» (1989) de Queen Latifah conjura simultaneamente a força do afrocen-trismo (como fonte de identidade e continuidade histórica) e a natureza fragmentária dos vídeos musicais para tecer uma crítica feroz ao racismo e ao sexismo, que são aqui apresentados como duas faces da mesma moeda (Roberts 1996, 165-184). Se a letra foca essencialmente os dotes de MC de Queen Latifah<sup>(5)</sup> e a importância das mulheres no tecido social, o vídeo complementa a mensagem com a inclusão de imagens simbólicas de activistas políticas negras e de uma afro-americana, que após escapar do cativeiro ajudou a libertar no século XIX centenas de outros escravos (a mítica Harriet «Black Moses» Tubman), e filmagens dos tumultos provocados pelo Apartheid na África do Sul. A constante sobreposição destas imagens históricas com a *performance* conjunta das MCs e das *b-girls* tem como função não apenas demonstrar a existência de uma poderosa irmandade afro-americana ao longo da história, como posicionar o próprio vídeo como o herdeiro lógico desta nobre linhagem de luta contra o racismo e o sexismo. Para além da trilha sonora *upbeat* e do *flow* imparável das MCs, o tom optimista e celebrativo do videoclip é igualmente articulado pela forma como Latifah vai substituindo peças brancas por punhos fechados num mapa da África do Sul, transmitindo a ideia (revolucionária) de que as mulheres afro-americanas estariam a lutar contra a opressão de que eram vítimas com uma crescente eficácia.

---

(5) A mestria do rap feminino é, de resto, um dos temas centrais na obra das MCs afro-americanas a par dos dotes de sedução (heterossexual) e da demonstração pública da sua emancipação física e sexual (Rose 1994, 147).

Em 1989 (e, na verdade, ao longo da década seguinte), os telespectadores que viram este vídeo na televisão musical não tinham, como hoje em dia, acesso a uma rede digital que permitisse pesquisar e estabelecer a totalidade destas complexas ligações. No entanto, convirá recordar que a dinâmica das denominadas redes sociais é bem anterior à emergência da paisagem mediática digital e que inúmeros fãs ou meros curiosos que tiveram contacto com este poderoso artefacto videomusical não deixaram de, ao longo dos anos, reconstruir colectivamente e transmitir de boca em boca fragmentos decisivos da sua importante mensagem política. A mesma terá, sem dúvida, chegado aos ouvidos de uma jovem Beyoncé Giselle Knowles que, ainda recentemente produziu a longa-metragem videomusical «Lemonade» (2016), ao reafirmar a dignidade e a capacidade de revolta das mulheres afro-americanas perante formas de segregação racial e sexual, que vão das mais mediatizadas (a violência policial) às mais silenciadas (a infidelidade conjugal), se assume como a mais importante herdeira do espírito revolucionário de Queen Latifah e da cultura videomusical do hip hop. No dia 23 de Abril de 2016, perto de 800 mil telespectadores sintonizaram a HBO para, em comunhão, verem e ouvirem a *performance* videomusical de Beyoncé (Kissel 2016). Apesar da actual omnipresença da paisagem mediática digital e de vórtices audiovisuais como o YouTube, a estreia mundial de «Lemonade» acabaria, num gesto cheio de significado histórico,<sup>(6)</sup> por ser televisiva.

---

(6) A aquisição do Tidal, um serviço de *streaming* musical, por Jay-Z em Março de 2015 (e a sua subsequente política de exclusivos da obra de artistas rap como Beyoncé ou Kanye West) pode ser enquadrada na tradição de resistência e negociação dos membros da comunidade afro-americana (e do hip hop) com a indústria musical.

## Referências

- Austerlitz, Saul. 2007. *Money for Nothing: A History of the Music Video from The Beatles to The White Stripes*. New York: Continuum.
- Chang, Jeff. 2005. *Can't Stop, Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation*. London: Ebury Press.
- Charnas, Dan. 2010. *The Big Payback: The History of the Business of Hip Hop*. New York: New American Library.
- Kissel, Rick. 2016. «*Game of Thrones* Premiere Draws 8 Million TV Viewers – Just Shy of Series High.» *Variety*. Consultado em 26 de Abril de 2017. <https://goo.gl/cfGYpB>.
- Kulkarny, Neil. 2015. *The Periodic Table of Hip Hop*. London: Ebury Press.
- Marks, Craig and Rob Tannenbaum. 2011. *I Want My MTV: The Uncensored Story of the Music Video Revolution*. New York: Dutton Adult.
- Perry, Imani. 2004. *Prophets of the Hood: Politics and Poetics in Hip Hop*. Durham – London: Duke University Press.
- Roberts, Robin. 1996. *Ladies First: Women in Music Videos*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Rose, Tricia. 1994. *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Middletown: Wesleyan University Press.
- Serrano, Shea. 2015. *The Rap Year Book*. New York: Abrams.
- Shelby, Tommie. 2015. «Impure Dissent: Hip Hop and the Political Ethics of the Marginalized Black Urban Youth.» In *From Voice to Influence: Understanding Citizenship in a Digital Age*, editado por Danielle Allen e Jennifer S. Light, 69–79. Chicago: University of Chicago Press.

## Vídeos

- Blondie: «Rapture» (real. Keef, 1981).
- Afrika Bambaataa & The Soulsonic Force: «Planet Rock» (real. Steven Murashige, 1982).
- Beastie Boys: «(You Gotta) Fight For Your Right (To Party)» (real. Rick Menello & Adam Dubin, 1986).
- Boogie Down Production: «My Philosophy» (real. Fab Five Freddy, 1988).
- Grandmaster Flash & The Furious Five: «The Message» (real. Alvin Hartley, 1982).
- Herbie Hancock: «Rock It» (real. Godley & Creme, 1983).
- LL Cool J: «Going Back to Cali» (real. Rick Menello, 1989).
- N.W.A.: «Straight Outta Compton» (real. Rupert Wainwright, 1988).
- Queen Latifah: «Ladies First» (real. Fab Five Freddy, 1989).
- Run-DMC: «Rock Box» (real. Steve Kahn, 1984).
- Run-DMC: «King of Rock» (real. Joe Butt, 1985).
- Run-DMC (ft. Aerosmith): «Walk This Way» (real. Jon Small, 1986).



# Videoclipe interativo como obra aberta: o caso de *Rome – 3 Dreams of Black*

FILIPA CRUZ

## Introdução

A literatura produzida em torno do vídeo musical apresenta-se, segundo João Pedro da Costa, em duas vagas:

As abordagens da primeira vaga foram, na sua esmagadora maioria, regidas pela ortodoxia pós-modernista e tendem a preterir ou a subordinar a análise do vídeo musical à da televisão musical. Os estudos da segunda vaga têm como grande precursor a obra de Andrew Goodwin (1.1 Goodwin 1992), não apenas pela sua crítica ao pós-modernismo, mas sobretudo pela abordagem interdisciplinar e pelo rigor metodológico das suas análises textuais da videomusicalidade (Costa 2014, 99).

De facto, o vídeo musical é maioritariamente definido, a partir da segunda vaga de estudos em torno do mesmo, como formato consequente de um discurso pós-moderno, no qual se verifica a primazia da descontinuidade e fragmentação visual e narrativa. Segundo Carol Vernallis, o vídeo musical terá como principal propósito a promoção comercial do artista, a partir de uma reciprocidade de influências entre elementos visuais, sonoros e literários

(Vernallis 2004, 156). Alf Björnberg, por outro lado, observa o surgimento do formato e da sua estética não-narrativa como igualmente auxiliados pelo desenvolvimento tecnológico da produção televisiva e pela crescente necessidade de um «modo *benjamiano* de percepção distraída» por parte da audiência (Björnberg 1994, 52).

Tomando estes fatores como referência, considera-se no presente artigo que o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação e o discurso em torno de uma cisão entre velhos e novos *media* originou, em conjunto com uma mudança paradigmática da relação entre audiência e *media* que Henry Jenkins (2009) atribui à gestação de uma cultura participativa, a emergência do vídeo musical interativo, subgênero do formato audiovisual. Atualmente, existem ao dispor de qualquer utilizador<sup>(1)</sup> dezenas de páginas *online* dedicadas à hierarquização dos mais recentes exemplos deste suporte, que é tido por Huw Oliver (2015) como «uma nova e eficiente forma de estabelecer uma relação com os fãs». Este «tipo específico de vídeos musicais diretamente manipuláveis pelos utilizadores através do recurso a tecnologias de interação que são parte integrante do formato» (Costa 2013, 217), propõe-se adicionar profundidade à experiência narrativa (Fox 2011) e corresponder às necessidades de envolvimento de uma geração que se afirma ativa no processo de criação artística. O formato permanece um gênero em crescimento – embora não tenha ainda sido alvo de problematização acadêmica, salvo raras exceções –, com descrições que o distanciam, em parte, de uma

---

(1) A autora segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Neste artigo serão utilizados os termos «espectador» e «utilizador». Contudo, enquanto que o primeiro será empregue de forma a remeter para uma posição de agente observador de uma obra audiovisual, o segundo será usado de forma a adicionar ao espectador os papéis de consumidor e agente participativo em relação à obra.

linguagem de promoção do artista à qual o vídeo musical está associado desde o seu surgimento. Ademais, a música, elemento central a partir do qual Vernallis argumenta que o vídeo é construído (Vernallis 2004, x), parece receber um papel secundário nestas mesmas descrições académicas, tendo sido substituída pela promoção da tecnologia em si e pela vontade de anunciar a interatividade como solução para o papel passivo do espectador, indesejável do ponto de vista de uma cultura participativa:

We hope this project inspires more filmmakers and visual artists to experiment with the latest features in Chrome. And for everyone else, we hope «Just A Reflektor» offers a new, exciting way to interact with the web.

With upcoming video technologies like HTML5, we have the potential to engage the viewer to become actively involved in the experience and even creation of the video. In «Pieces/Together», every time the video plays the experience is unique (Chrome Experiments 2009a).

Tendo em consideração as mudanças identificadas, bem como a relação problemática entre música e a noção de interatividade, a ser explorada seguidamente, pretendemos com este artigo suscitar um conjunto de questões acerca das implicações deste novo formato na relação entre música, imagem, interpretação e experiência audiovisual. O nosso intuito será argumentar a favor de uma ideia de crescente passividade por parte do ouvinte, que será derivada de uma componente interativa maioritariamente visual e de uma relação entre os campos visual e sonoro baseada em novos códigos, em grande parte focados na ilustração da imagem e não da música. Para isto, serão analisados alguns exemplos de vídeos musicais interativos que, embora

constituam uma amostra bastante parcial da variedade de casos existentes, são representativos das principais características estéticas e técnicas adjacentes à discussão deste subgénero.

### **Interatividade musical?**

A respeito da interatividade, Elisa Barboza, autora que apresentou, em 2015, o artigo «Digital Narratives: A Study of the Arcade Fire Interactive Music Videos», discute as diferentes noções do conceito e as contradições que provocaram, ao longo dos últimos anos, utilizações contraditórias e desadequadas do mesmo (Barboza 2015, 392-393). Martin Lister, em «The Characteristics of New Media: Some Defining Concepts», afirma sobre a opinião de dois outros autores: «Both authors [Manovich e Aarseth] argue that we have always had an “interactive” relationship with texts of all kinds because of our individual interpretative relationships with them and that therefore “interactivity” is a redundant term» (Lister 2003, 23).

Outros questionam também a novidade do fenómeno, acusando-o de ter já presenciado a definição de catarse trágica de Aristóteles, ou mesmo os prazeres da imitação por si identificados (Arata 2003, 218). Estas opiniões não estão, contudo, isoladas na discussão sobre os novos *media*, havendo também autores que propõem definições pragmáticas de interatividade, bem como diferentes possibilidades de concretizações do fenómeno. Lister, por exemplo, afirma que: «being interactive signifies the users’ [...] ability to directly intervene in and change the images and texts that they access. So the audience for new media becomes a “user” rather than the “viewer” of visual culture, film and TV or a “reader” of literature» (Lister 2009, 22).

O mesmo autor identifica três diferentes tipos de interatividade – extrativa, imersiva e de registo (*Ibid.*, 22-23) – que serão posteriormente explorados no contexto do vídeo musical. No entanto, será primeiro necessário compreender até que ponto a interatividade e as suas implicações determinam ou não, de uma forma geral, a componente musical dos vídeos musicais interativos.

O *website Chrome Experiments* criado pela Google, em 2009, surgiu como local de exposição de projetos tecnologicamente inovadores entre os quais podemos encontrar vinte e três exemplos de videoclipes interativos. Em concordância com a amostra recolhida por João Pedro da Costa,<sup>(2)</sup> um dos poucos autores a mencionar o formato em análise, os vídeos disponíveis possibilitam na sua maioria uma interatividade relacionada apenas com os elementos visuais de cada vídeo musical. Não só a componente musical é essencialmente ignorada na maior parte dos casos – havendo raros exemplos em que a interação sonora envolve sobretudo questões tímbricas (como a variação do volume, a eliminação ou acrescento de instrumentos, entre outras opções associadas ao trabalho de um produtor musical)<sup>(3)</sup> e não questões relativas à melodia, harmonia ou estrutura formal de determinada obra –, como também a preocupação de relacionar os campos visual e sonoro é, em parte, abandonada em prol de uma responsabilização do utilizador, que é encarregue de decidir se pretende respeitar os códigos de correspondência desenvolvidos entre música e imagem.

---

(2) O autor recolheu uma amostra de vinte vídeos musicais interativos, dos quais apenas três permitiam uma interação com a sua componente sonora (Costa 2014, 219).

(3) Exemplos deste tipo de interação com a componente sonora do vídeo musical são «Not The Same», de Tanlines <<http://www.notthesa.me>> e «I've Seen Enough», de Cold War Kids <<http://www.2pause.com/category/interactive/#ive-seen-enough>>.

O vídeo de «The Dilla Dimension» (2015), disponibilizado no *site Chrome Experiments* e realizado por Cartelle Interactive Arts é definido como uma curta-metragem interativa e conta com a seguinte descrição no mesmo *site*:

The Dilla Dimension [...] tells the story of two sugarcoated souls and their psychedelic journey through outer space. Each step of their voyage is crafted to a selection of tracks from J Dilla's classic album, Donuts. An alternate universe, blanketed with hypercolor sugar and fluorescent glaze, gives birth to an unlikely cluster of donut holes. Suddenly, they are split apart and scattered across a sea of hypnotic, interstellar chaos. But the impossible takes shape when a love is sparked, leading to a desperate search across the universe for one another (Chrome Experiments 2009b).

Esta obra audiovisual é exemplo de que, enquanto algumas relações intermediais se mantêm de forma a refletir a continuidade e fluidez da música – tais como a repetição de materiais, a câmara em movimento, a edição rápida e manutenção de um conjunto de materiais fixos ao longo dos planos –, estas e o contorno melódico, normalmente correspondido literal ou discretamente por movimentos presentes na imagem, podem ou não ser representados pelos mesmos códigos, mediante a vontade do utilizador, como agente ativo na interpretação e representação gráfica do som, visto ser-lhe dada a possibilidade de movimentar o olhar da câmara com o auxílio do rato.<sup>(4)</sup>

---

(4) <http://dilladimension.com/>.

## Arcade Fire, morte do autor e interatividade de registo

The question of authorship in music video, if asked at all, has tended to be posed either around the figure of the director as the controlling creative hand who stands behind the work or else around the figure of the performer as the artistic centre within the work (Railton e Watson 2011, 66).

Diane Railton e Paul Watson, no seu livro *Music Video and the Politics of Representation* focam a importância de uma presença autoral na produção de um vídeo musical, cujo papel seria legitimar e atribuir valor cultural a um formato que é normalmente tido como «uma forma comercial da cultura popular» (*Ibid.*, 66). Contudo, as funcionalidades oferecidas pela componente interativa recentemente adicionada ao vídeo musical permitem ao utilizador reclamar para si parte da responsabilidade autoral que o coloca como agente criador de uma determinada versão da obra, tornando-se necessário entender de que forma este novo papel de «sujeito ativo» modifica a relação entre utilizador e obra experienciada.

A banda Arcade Fire, entusiasta deste formato, oferece-nos dois exemplos práticos que justificam um questionamento do papel dos artistas, realizadores e espectadores na construção de uma obra audiovisual interativa. *The Wilderness Downtown* (2010), vídeo com base na música «We Used to Wait», começa por solicitar a cada utilizador a sua morada de infância, encontrada com o auxílio do *Google Maps*. De seguida, o vídeo começa com o surgimento de um conjunto de janelas do navegador que apresentam uma figura, à qual não é atribuída identidade, a correr por

ruas de carácter suburbano. Ao longo da obra, imagens reais da morada fornecida pelo utilizador são alternadas com as restantes componentes gráficas, de forma a proporcionar uma experiência audiovisual nostálgica que cria uma relação de proximidade entre obra e espectador.

Quanto à relação de correspondência entre a música e a componente visual, a abertura de janelas do *browser* e o movimento de pássaros (que constituem os elementos que providenciam continuidade ao longo do vídeo) são os elementos diretamente afetados por características como o ritmo e o contorno melódico. Contudo, é dada ao utilizador, a possibilidade de modificar o comportamento dos pássaros com o movimento do rato. Desta forma, a correspondência intermedial é novamente disposta ao serviço do utilizador. Para além disto, não só o espectador se torna um sujeito que atua sobre a obra, como também se expõe como objeto, através da personalização única que o vídeo permite. À correspondência formal entre imagem e música que «The Dilla Dimension» concedia já ao utilizador, acrescenta-se com este exemplo a capacidade de modificar o significado musical que, para além da imagem, é alterado através de uma interação de registo, no qual cada pessoa pode alterar o conteúdo da obra.<sup>(5)</sup>

No exemplo de Arcade Fire, em «Just a Reflektor» (2013), foi identificado por Jordan Dalville como apresentador de uma «falsa autenticidade» (Chart Attack 2013).<sup>(6)</sup> Neste vídeo, criado a partir de um álbum cuja temática central é a cultura Haitiana,

---

(5) <http://www.thewildernessdowntown.com/>.

(6) Jordan Dalville apresenta a noção de «falsa autenticidade», tal como desenvolvida por Joshua Glenn, citando o autor: «fake authenticity [...] an overly subjective, anti-bourgeois rebelliousness in which the cause of social and political revolution is furthered by wearing pre-frayed Dockers, driving a luxury version of a rancher's utility vehicle, and maintaining a sarcastically vague and noncommittal suspicion of bourgeois society».



o utilizador assume a função de editor, responsável pelos efeitos visuais da obra, e a banda permanece ausente da imagem. Sobre este detalhe, Dalville acrescenta:

The interactive music video for «Reflektor» is shot in Haiti and stars Haitians; the band, liable to break this spell of authenticity, do not appear. The video is only viewable with a smart phone and high-end laptop, which would prevent the vast majority of host country's population from viewing it. But that representation of Haiti is not for them [*sic*] (*Ibid.*).

Com isto pretende-se demonstrar que este vídeo, tal como o anterior, coloca o utilizador no papel de autor através das possibilidades interativas de que o mesmo dispõe, utilizando a ausência da banda como declaração de «autenticidade», neste caso entendida como tentativa de encenação de uma realidade inalterada, que o público percebe como algo incontaminado e «puro», com o objetivo final de valorizar e legitimar a obra musical. Segundo Railton e Watson:

questions of intentionality, creativity and authorship become subsumed into the much more complex and important issue of authenticity precisely in so far as the presence of an *auteur* – director, star, or otherwise – does not in itself guarantee authenticity (Railton e Watson 2011, 70).

Com base nesta reflexão, podemos argumentar que a componente interativa permite à banda Arcade Fire desconstruir a ideia de autor, atribuindo este papel quer ao próprio objeto artístico (cultura Haitiana), quer ao espectador, de forma a que este processo de «morte do autor» forneça a autenticidade necessária

às obras, que a típica autoria não conseguiria, sozinha, facultar. Esta «morte do autor» é a nova ferramenta promocional, acompanhada pela oferta de uma experiência pessoal e, conseqüentemente, «autêntica» que nos é agora apresentada mediante novos recursos tecnológicos.<sup>(7)</sup>

### **Interlude, significado e interatividade extrativa**

A noção de interatividade implica a presença de relações entre hipertextos,<sup>(8)</sup> que pela sua não-linearidade contribuem para a fragmentação da narrativa (em concordância com um programa pós-moderno), uma distração do elemento central do vídeo, a música. Sobre o trabalho de George P. Landow em torno da hipertextualidade, Graham Allen afirma:

Landow points out that the reader's ability to break the linear flow of a text by activating links, and, in some systems, to add commentaries and other *lexias* to the text being read, confirm Barthes's points about the reader's active role in the production of textual meaning. The hypertext reader can become for Landow and others an «author-reader» who embodies poststructuralism's points about the death of the «Author» as sole authority of meaning and the accompanying birth of the reader as «scriptor» (Allen 2000, 202).

Allen resume os objetivos que o vídeo musical interativo, como formato conseqüente de uma cultura participativa, se propõe cumprir, nomeadamente a transformação do espectador passivo

---

(7) <https://www.justarefektor.com/>.

(8) Neste caso, definidos da seguinte forma: «hypertexts can consist of one "text" divided into lexias with connecting links, or can consist of a text with a range of other texts embedded within it, access to which is made by links activated by the reader on the screen» (Allen 2000, 200).

num «autor-leitor» e a criação de espaços onde o utilizador pode criar novos significados para uma obra que permanece «aberta» a constantes alterações. A hipertextualidade, equivalente neste contexto a uma interação extrativa é, deste modo, a relação entre textos mediáticos que permite a cada utilizador construir para si um texto individualizado constituído por segmentos de textos encontrados dentro do espaço de navegação, neste caso o próprio vídeo musical (Lister 2009, 22).

Podemos encontrar diversos exemplos de uma interatividade extrativa no campo do vídeo musical interativo, dentro dos quais se destaca «Just Like a Woman» (2016), vídeo com base na música homónima de Bob Dylan (embora interpretada por Jeff Buckley) e realizado pela empresa de *media* interativos Interlude. A música caracteriza-se pela utilização de uma progressão harmónica pouco variada, assim como pela consistência rítmica marcada por um acompanhamento de guitarra à voz do artista. Esta constituição permitiu aos membros de Interlude criar um vídeo, no qual é facultado ao utilizador que assista ao movimento unidirecional de uma série de quadros que entram e saem do seu campo de visão, a uma velocidade lenta e constante, e que escolha, de entre quatro narrativas diferentes, qual delas prefere ter acesso através de cliques nesses mesmos quadros. Desta forma, o vídeo não só nos permite escolher entre quatro interpretações diferentes da mesma música, como também deriva de uma transparência total relativamente ao modo de construção e consequente fragmentação das várias narrativas. Este processo, juntamente com a noção de continuidade evidenciada pelo movimento constante e incontrolável da imagem, reflete uma preocupação por parte dos autores em conservar determinados códigos de

correspondência audiovisual já enumerados. Em contrapartida, é dada ao utilizador a possibilidade de seguir apenas uma narrativa, isto é, o utilizador pode, através da interação que lhe é permitida, reverter esses mesmos códigos visuais, que mimetizam a fluidez da música, que são processuais em vez de estáticos e projetam em plano de fundo a passagem do tempo inerente à mesma. Por outro lado, este exemplo de interação serve um propósito de denúncia, que não tem como objetivo direcionar o espectador para determinado significado musical, mas sim pôr a descoberto as diversas camadas textuais que o constituem e a falibilidade da música como representação linear.<sup>(9)</sup>

### **Rome – 3 Dreams of Black, obra aberta e interatividade imersiva**

Tendo revisto dois dos três tipos de interatividade enumerados por Martin Lister, interessa-nos, de seguida, explorar o último. A interatividade imersiva, segundo o mesmo autor, envolve uma navegação por representações de espaço, com a finalidade de proporcionar prazer sensorial e visual ao utilizador. Para além de «The Dilla Dimension», exemplo já mencionado, destaca-se dentro deste género de interatividade o projeto *Rome: «3 Dreams of Black»*, realizado por Chris Milk para a música «Black» pertencente ao álbum *Rome*, resultando da colaboração entre o compositor Danielle Lupi e o produtor Danger Mouse. O vídeo permite ao utilizador viajar por três diferentes sonhos à sua escolha e controlar o seu ponto de vista com o rato, que também provoca o aparecimento de determinados elementos visuais por onde quer que passe. No final de cada percurso, o espectador chega

---

(9) <https://helloeko.com/v/jeff-buckley-just-like-a-woman>.

ao que se intitulou de «sonho coletivo», no qual estão presentes diversas construções visuais, criadas por outros utilizadores através das ferramentas disponibilizadas no mesmo *site*. Esta última opção já pode ser considerada uma interação de registo com a obra que, juntamente com a escolha do sonho a ser percorrido (que pressupõe uma seleção de hipertextos), torna este projeto um exemplo das três principais vias de interação audiovisual anteriormente identificadas.

A contribuição do utilizador para o sonho coletivo faz do mesmo um coautor, ou um escritor da realidade experienciada, como diria Landow. Contudo, e apesar desta obra se apresentar como resumo geral das características do formato audiovisual interativo, o mesmo também evidencia um dos problemas centrais do subgénero: a preocupação em incluir o espectador na ação criadora do objeto artístico remete a música ao estatuto de banda sonora que, por sua vez, o vídeo musical, aquando do seu surgimento, se propôs inverter. As relações estabelecidas entre o trabalho visual e a componente musical dizem meramente respeito à estrutura formal e ritmo da obra auditiva, cujas passagens entre estrofes, e de estrofes para o refrão, são representadas de forma literal por passagens figurativas (por exemplo, janelas ou portões) que transportam o espectador de uma secção para outra, ao longo do caminho que este percorre. No entanto, embora esta correspondência possa evidenciar que o projeto teve em consideração determinadas características musicais como marcadores de «etapas» ao longo do vídeo, o sincronismo com que esta relação é estabelecida remete o espectador para uma estética fílmica e, a partir desta, permite assegurar a inaudibilidade

da música.<sup>(10)</sup> No caso dos vídeos musicais, por seu turno, Carol Vernallis afirma sobre a concordância rítmica:

Music video is orchestrated to showcase the most arresting features of a song. If the song is notable for a sprightly rhythmic feel or a languorous one, the images will often seem to move at a speed even faster or slower than the music's. [...] When a string of images differs markedly in tempo from the song's in this way, the viewer will sometimes experience a sense of alignment with the music (Vernallis 2004, 167-168).

Deste modo, a representação sincronizada da mudança de secções constituintes da obra musical e marcadas pelo ritmo da mesma não destaca esta componente, mas remete-a para pano de fundo da expressão visual. A interatividade imersiva desta obra acrescenta, assim, muito pouco à associação entre espectador e música, para além de uma leitura sensorial mais acentuada, ao invés de uma leitura cognitiva usualmente adjacente ao vídeo musical.<sup>(11)</sup> Embora a noção de «obra aberta», explorada no plano teórico por Umberto Eco (e, neste caso, aplicada devido à possibilidade de alterações registadas ao sonho coletivo por todos os utilizadores que as decidam criar e pela renovação constante do conteúdo mediático), nos remeta novamente para uma valorização da interpretação individual de cada espectador,

---

(10) «Typically, within a scene, music enters or exits on actions (an actor's movement, the closing of a door) or on sound events [...]. It goes relatively unnoticed in these cases because the spectator's attention focuses on the action, the sound, or the very narrative change the music is helping to dramatize» (Gorbman 1987, 78).

(11) «Understandings of the role of the body in this circuit have become increasingly frequent following Marie-Laure Ryan's (2001) work calling for a phenomenology that analyses "the sense of 'presence' through which the user feels corporeally connected to the virtual world" (Ryan 2001, 14). These approaches are particularly appropriate where the interactive pleasures on offer are primarily kinaesthetic rather than cognitive as in the case of the immersive interactions offered by computer games for example» (Lister 2009, 24).

as modificações textuais que a obra pode sofrer não são de teor musical, nem audiovisual, mas sim apenas imagético.<sup>(12)</sup>

## Conclusão

Em suma, a perda de estatuto da música profetizada pelas descrições de vídeos musicais interativos enunciadas na secção introdutória é confirmada pela relativa irrelevância da mesma nos processos de produção, divulgação e receção dos exemplos em análise. Noções de «autenticidade» e de qualidade técnica do artista são, nestes casos específicos, maioritariamente discutidas mediante as inovações tecnológicas apresentadas e as alterações de um paradigma autoral que determinam o espectador como critério último destas características. Enquanto que a relação entre utilizador e obra audiovisual se torna gradualmente mais interativa, a componente musical nela incluída é por nós diagnosticada de uma crescente passividade, como ilustrado pelo caso específico de *Rome – 3 Dreams of Black*.

Por outro lado, exemplos como «The Wilderness Downtown», «The Dilla Dimension» e «Just Like a Woman» identificaram uma valorização emergente do significado musical como aspeto sujeito à interpretação individual de cada utilizador, tal como um interesse na disponibilização de ferramentas para que a correspondência entre fatores sonoros e visuais parta também deste. Este último objetivo terá talvez como consequência um alargamento de códigos de representação visual da música (embora sujeito ao condicionamento de uma tradição estética ainda vigente), que, por sua vez, poderá influenciar as criações audiovisuais produzidas no futuro.

---

(12) <http://www.ro.me/>.

Contudo, apesar do vídeo musical interativo nos permitir participar na experiência audiovisual, acrescentar elementos a realidades específicas, respeitar a interpretação individual de cada obra e de se apoiar numa ideia de multiplicidade de autores, não é possível ignorar os constrangimentos ao papel interventivo do espectador fomentados por uma limitação das opções de interação. A partir disto poder-se-á questionar se o papel de consumidor inerente a uma perspetiva neoliberal sobre a interatividade (Lister 2009, 21) acarretará mais ou menos liberdade sensorial e cognitiva em relação à experiência audiovisual que o papel de espectador, condenado pelos novos *media*. Acrescente-se ainda que, sob uma perspetiva cética, e apesar da vigência de um discurso crítico que caracterizou um pós-modernismo responsável pelo surgimento do formato audiovisual em estudo, o vídeo musical interativo poderá continuar a perpetuar (consciente, ou inconscientemente), ou até reforçar uma ordem semelhante à de uma sociedade imperial e teocrática, tal como nos é sugerido por Umberto Eco: «A ordem da obra de arte é a mesma de uma sociedade imperial e teocrática; as regras de leitura são regras de um governo autoritário, que guiam o homem em cada um de seus atos, prescrevendo-lhe os fins e oferecendo-lhe os meios para realizá-los» (Eco 1991, 44).



## Referências

- Allen, Graham. 2000. *Intertextuality*. Londres: Routledge.
- Arata, Luis O. 2003. «Reflections on Interactivity». In *Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition*, editado por David Thorburn e Henry Jenkins, 217–225. Cambridge: The MIT Press.
- Barboza, Elisa Maria Rodrigues. 2015. «Digital Narratives: A Study of the Arcade Fire Interactive Music Videos.» *Comunicação e Sociedade* 27:387–402.
- Bjönberg, Alf. 1994. «Structural Relationships of Music and Images in Music Video.» *Popular Music* 13:51–74.
- Chrome Experiments. 2009a. «Interactive Music Videos Experiments». Consultado em 20 de Outubro de 2016. <https://experiments.withgoogle.com/just-a-reflektor> / <https://experiments.withgoogle.com/maxwell-powers-interactive-html5-music-video>.
- Chrome Experiments. 2009b. «Interactive Music Videos Experiments». Consultado em 10 de Novembro de 2016. <https://www.chromeexperiments.com/experiment/the-dilla-dimension>.
- Costa, João Pedro da. 2014. «A convergência dos vídeos musicais na web social: conceptualização e análise.» PhD diss., Universidade de Aveiro.
- Costa, João Pedro da. 2016. *Da MTV para o YouTube: A convergência dos vídeos musicais*. Porto: Instituto de Literatura Comparada Margarida Losa – Edições Afrontamento.
- Darville, Jordan. 2013. «Caribbean Drag: How Arcade Fire's Reflektor Brand Disguises Dress-up as Cultural Exchange.» *Chart Attack*. Consultado em 28 de Outubro de 2016. <http://www.chartattack.com/features/2013/10/30/arcade-fire-caribbean-drag-haiti/>. Este website deixou de estar activo após a data de consulta.
- Eco, Umberto. 1991. *Obra Aberta*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A.
- Fox, Michelle Higa. 2011. «Mirada: 3 Dreams of Black Interview.» *Motionographer*. Consultado em 20 de Outubro de 2016. <http://motionographer.com/2011/05/21/mirada-3-dreams-of-black-interview/>.
- Frith, Simon, Andrew Goodwin, e Lawrence Grossberg. 1993. *Sound & Vision: The Music Video Reader*. London – New York: Routledge.
- Goodwin, Andrew. 1992. *Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Gorbman, Claudia. 1987. *Unheard Melodies: Narrative Film Music*. Bloomington – Indiana: Indiana University Press.
- Jenkins, Henry. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge: The MIT Press.
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Grant Iain, e Kelly Kieran. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London – New York: Routledge.
- Oliver, Hum. 2015. «Just a Reflektor: Interactive Music Videos are a Ruse, not a Revolution.» *The Guardian*. 29 de Março. Consultado em 4 de Abril de 2016. <http://www.theguardian.com/music/2015/mar/20/interactive-videos-azealia-banks>.
- Railton, Diane, and Paul Watson. 2011. *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Vernallis, Carol. 2004. *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. New York: Columbia University Press.

**03.**

**Produção de  
sociabilidades  
e comunidades  
musicais *online***

---

# Cantautoras portuguesas no ciber mundo

TERESA GENTIL

## Introdução<sup>(1)</sup>

O termo «cantautora» refere, aqui, mulheres residentes em Portugal que compõem o seu próprio material musical/literário e que o interpretam publicamente. Em entrevistas realizadas, no ano de 2016, as autoras aqui retratadas expressaram preocupações, aspirações e obstáculos relativos à difusão e receção do seu trabalho e que estão na origem e na fundamentação do presente artigo. Este conjunto de entrevistas, revelou aspetos discursivos comuns: elevado investimento financeiro e pessoal na produção e edição de álbuns; a importância da internet em todos os aspetos da prática musical, da criação à difusão de música; dificuldades da e na profissionalização musical, por vezes expressas através da comparação com cantautores do sexo masculino o que evidencia, implicitamente, que ideologias e assimetrias de género poderão desempenhar um papel relevante na configuração das indústrias da música em Portugal. Do mesmo modo, estas autoras são frequentemente referidas, por ouvintes e por outros agentes

---

(1) Trabalho realizado no âmbito da disciplina de Música e Sociedade, mestrado em Ciências Musicais área de especialização em Etnomusicologia, ano lectivo 2015/2016. A autora segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990.

musicais – músicos, produtores e jornalistas – como cantoras e não como compositoras.

Tendo em conta este conjunto de considerações – que certamente não serão exclusivas de mulheres autoras e que poderão não estar relacionadas –, é pertinente colocar, desde logo, as seguintes questões: haverá, quantitativamente, assimetrias relativas à participação de homens e mulheres em diferentes domínios musicais? Como se traduz, na prática, a importância da internet no trabalho destas cantautoras?

De forma a abordar estas questões, realizei um trabalho de campo *online* a partir de um grupo intencionalmente heterogéneo de vinte cantautoras, com o objetivo de melhor compreender a sua presença na *web*. Usando a mesma técnica, selecionei três eventos públicos (festivais) e consultei as estatísticas oficiais, do ensino especializado da música, na tentativa de quantificar a presença de mulheres e homens no contexto musical profissional e académico. Os dados recolhidos pretendem constituir-se como informação relevante à minha investigação para a dissertação de mestrado, onde pretendo abordar e problematizar questões relacionadas com género e música e com a importância da internet na divulgação de novas artistas e repertórios.

### **Assimetrias: música e género**

A maioria das cantautoras que entrevistei, em resposta a uma pergunta direta, não considera que a indústria musical seja sexista, ou que deliberadamente prefira ou escolha músicos a músicas. No entanto, no decorrer das entrevistas, as suas narrativas exprimem uma multiplicidade de situações vividas no contexto académico e profissional, que sugerem o contrário:

eu sempre senti muito o machismo do meio, especialmente no meio do jazz! [...] Senti muito isso, no conservatório de Paris [...] era a única aluna no departamento de jazz e isso foi muito chato, [...] estás sempre a levar com bocas que não queres levar. Tive um professor que me chateou muito porque fazia comentários completamente inapropriados, estava sempre a fazer comentários à minha roupa e que eu era bonita [...] e isso é super desagradável, há países piores do que o nosso nesse aspeto (Beatriz Pessoa, entrevista por Teresa Gentil, 9 de Abril de 2016).

Já pode ter acontecido numa crítica ou outra, escrita, eu achar: «se eu fosse um homem, esta pessoa não escrevia isto». [...] Aquela coisa meio paternal que alguns homens têm quando escrevem sobre ti... humm... paternal no pior dos sentidos [...] eles é que sabem [...] e não vejo isto escrito sobre homens, não vês! (Mafalda Veiga, entrevista por Teresa Gentil, 18 de Maio de 2016).

Depois nas entrevistas, estamos os dois [Rita Redshoes e Paulo Furtado, «The Legendary Tigerman»] e as perguntas serem sempre direcionadas para ele [...] coisas deste género. Até que eu me comecei a zangar com isso. Quer dizer, eu trabalho o mesmo e depois a realidade é essa?! Às tantas tens de dizer e dar umas «rebocadas» nalguns. E percebi que quando eu me zangava passavam a respeitar, o que é uma tristeza, uma tristeza [...] nós ganhámos um prémio com uma banda sonora, que foi feita «a meias»; eles chamaram o Paulo ao palco para receber o prémio, não me chamaram a mim. Isto aconteceu mesmo. Foi em Coimbra. Isso aconteceu (Rita Redshoes, entrevista por Teresa Gentil, 13 de Outubro de 2016).

Estas experiências confirmam as considerações de Ellen Koskoff sobre as *outer-oriented societies*,<sup>(2)</sup> onde as mulheres são «divididas» em duas grandes categorias:

«insiders» (suitable marriage partners) and «outsiders» (unsuitable public women) [...] restrictions placed upon women and music relate specifically to the relationship of women to men of their class, as well as to general Western gender ideologies cutting across class that support male control over both music and female sexuality. [...] [outsiders] power to control or threaten the system at large is, no matter how great locally, perceived as ultimately futile. [...] They are usually prohibited from gaining access to the socioeconomic system that would reward them as properly socialized adults» (Koskoff 2014, 86).

Na maioria dos casos aqui observados, as mulheres músicas são consideradas «outsiders» e, as dificuldades em aceder a um estatuto que permita uma remuneração justa pelo trabalho realizado, enquadram-se numa matriz sociológica patriarcal. Se, numa dimensão discursiva, estas assimetrias de género são facilmente observáveis, a ausência de estudos quantitativos e/ou dados estatísticos, relativos à participação em espetáculos e/ou registo fonográfico por género, dificultam uma análise objetiva do fenómeno.

Por tal, recorri aos dados fornecidos pelo governo relativos ao ensino superior (ver Tabela 1) e verifiquei que, nas duas maiores escolas superiores de música portuguesas, Lisboa (ESML) e Porto (ESMAE), o número de mulheres a estudar composição e

---

(2) «Outer-oriented societies are usually gender and class stratified and are either actually Western or considered as having been influenced by Western technology and values through colonialism and trade. Further, they are characterized by male control, both within and across class» (Koskoff 2014, 86).

jazz é bastante inferior ao número de homens. O único curso de música que inverte esta proporção é o de canto.

<b>Ano letivo 2013/2014</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Alunos inscritos</b>	<b>Alunas inscritas</b>
ESMAE Escola Superior de Música e das Artes do Espetáculo – Porto	Jazz	57	3
	Composição	13	6
	Canto	7	12
ESML Escola Superior de Música de Lisboa	Jazz	65	17
	Música, variante de Composição, Direção e Formação Musical	57	23
<b>Ano letivo 2014/2015</b>	<b>Disciplinas</b>	<b>Alunos inscritos</b>	<b>Alunas inscritas</b>
ESMAE Escola Superior de Música e das Artes do Espetáculo – Porto	Jazz	62	7
	Composição	11	8
	Canto	5	13
ESML Escola Superior de Música de Lisboa	Jazz	58	14
	Música, variante de Composição, Direção e Formação Musical	63	25

**Tabela 1.** Dados oficiais do número de alunos inscritos, por género, nas escolas superiores de música do Porto e de Lisboa. Estatísticas disponíveis em <http://infocursos.mec.pt/bds.asp>.

No caso das orquestras, especialmente nos naipes de cordas e sopros, a proporção de homens e mulheres intérpretes é, agora, mais equilibrada. Este fato parece estar relacionado com as provas de admissão de novos/as intérpretes. Segundo a economista comportamental e autora, Iris Bohnet:

Na década de 70 (nos EUA) muitas das principais orquestras perceberam que tinham apenas 5% de executantes femininas e arranjam uma solução criativa: introduziram biombos, atrás dos quais os músicos faziam as audições. Isso aumentou, dramaticamente, a fração de executantes femininas e hoje temos quase 40% de mulheres nas principais orquestras (Bohnet 2016).

Seguindo uma tendência internacional, nas principais orquestras portuguesas as provas de admissão são realizadas anonimamente e o aumento do número de mulheres pode estar, juntamente com outros fatores, relacionado com a eliminação de preconceitos relativos ao género. Na música pop-rock, tendo em consideração os eventos analisados, a participação feminina é residual. O cartaz de 2016 do Festival Super Bock Super Rock (14 a 16 Julho), apostado na divulgação da música pop-rock portuguesa apresenta, apenas, três mulheres «cabeças de cartaz» (6,5%) num universo de quarenta e duas propostas:



	«Cabeça de cartaz» Masculino	«Cabeça de cartaz» Feminina	Intérpretes Masculinos	Intérpretes Femininas
Palco Antena 3	12	0	33	0
Palco Super Bock	9	0	24	1 (intérprete)
Palco EDP	15	Capicua, Kelela, Surma	21	3
Palco Carlsberg	9	0	8	2 (vocalista)
Total	42	3	86	6
Total %	93,3%	6,6%	93,4%	6,5%

**Tabela 2.** Número de intérpretes masculinos e femininos no Festival Super Bock Super Rock 2016.

No Festival Nos Alive (5 a 9 de Julho de 2016), o «Palco Nos», também dedicado à música portuguesa, contou com treze bandas constituídas por cinquenta e cinco intérpretes masculinos e apenas um feminino (1,81%). Já o programa da «Festa do Avante» (2 a 4 Setembro de 2016) – evento musical eclético onde a palavra de ordem é a diversificação – apresenta seis «cabeças de cartaz» femininas em trinta e sete propostas (16%, das quais quatro são cantoras de fado):

«Cabeças de cartaz»	«Cabeça de cartaz» feminina	«Cabeça de cartaz» masculino	«Bandas» /outros
37	6	12	19
Total %	16,2%	32,4%	51,3%

**Tabela 3.** Cabeças de cartaz da Festa do Avante 2016.

Podemos encontrar, também, diferenças importantes na edição fonográfica.<sup>(3)</sup> Analisei o programa MODE'14 (GDA, Gestão dos Direitos dos Artistas) que contém os álbuns registados pelos próprios artistas no ano de 2014:

<b>Programa MODE'14 – GDA</b>	<b>Autor/a não identificado/ desconhecido</b>	<b>Bandas, Grupos, Ensembles, Parcerias</b>	<b>Editados por nome Masculino</b>	<b>Editados por nome Feminino</b>
379 edições	6	188	131	54
Total %	1%	50%	35%	14%

**Tabela 4.** Programa MODE'14 – GDA, edições de discos em Portugal em 2014.

Mais uma vez, encontramos diferenças significativas, nomeadamente uma maior presença de homens no universo editorial. Independentemente dos fatores que as produzem, o ciber-mundo representa uma alternativa aos «circuitos convencionais» da música e assume um papel de relevo na carreira das cantautoras em questão.

### **A internet como palco: produção e divulgação de música**

Uma análise à presença de vinte cantautoras em plataformas web (ver tabela 5) revela que: 90% disponibiliza a sua música no iTunes (*download* pago) e no Spotify; 100% publica videoclipes no YouTube e tem página oficial e pessoal no Facebook. Esta plataforma é referida como o meio mais direto de estabelecer contato com públicos, produtores e organizadores.

(3) Foi impossível obter (depois de várias tentativas, via e-mail e telefone), junto da SPA e da Audiogest (que assimilou a associação portuguesa de fonogramas), uma lista de álbuns editados em Portugal nos últimos anos. Apenas a cooperativa GDA (Gestão dos Direitos dos Artistas) tem, no seu portal, uma listagem das obras referenciadas no programa MODE. Este programa contabiliza, apenas, os álbuns que são referenciados pelos seus intérpretes ou executantes.

	Discos	Página Oficial	Página Facebook	Spotify	Download iTunes	Download gratuito	DL. não autorizado	Videoclip no youtube	Outros
Rita Guerra	+9	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Rita Redshoes	5	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Mafalda Veiga	11	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Capicua	3	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	
Susana Félix	5	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Viviane	6	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Sara Tavares	5	desativado	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Aline Frazão	3	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Soundcloud Bandcamp
Sara Paço	1	Sim (grátis)	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Celina da Piedade	2	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim	Sim	
Amélia Muge	?	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Carolina Deslandes	2	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	
Da Chick	1	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Soundcloud
Joana Espadinha	1	(Wix Grátis)	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim	
Rita Cardoso	1 (EP)	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Sim	Soundcloud
Pegamonstro	2	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Bandcamp
Márcia	4	Não	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Myspace
Mimi Cat	1	Não	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	
Luísa Sobral	3	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	
Nicole Eitner	4	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Reveration Soundcloud

**Tabela 5.** Presença das cantautoras em plataformas *web*.

A maioria das cantautoras é, também, responsável pela produção e divulgação das suas criações e concertos. Esta tarefa requer tempo, disponibilidade e *know-how* informático. Outra hipótese é contratar alguém que faça a promoção dos seus trabalhos. A este propósito,

uma das cantautoras confidenciou-me que, no final da gravação do primeiro disco, inteiramente financiado por si, não conseguiu divulgá-lo em rádios ou na televisão. Contratou então um «facilitador», alguém que, mediante o pagamento de aproximadamente mil euros, conseguiria espaço televisivo e radiofónico para promover o trabalho em causa. As garantias apresentadas por estes «agentes» são praticamente nulas, não havendo um contrato escrito descritivo das suas obrigações. Infelizmente, neste caso, o investimento não compensou e a «promoção» cingiu-se à participação da autora em programas televisivos generalistas, que nada têm a ver com a sua estética musical. A dificuldade em aceder aos *media* torna a internet um meio apelativo e consideravelmente mais económico de fazer promoção e produção musical.

### **Início de carreira: Capicua e Rita Redshoes**

A maioria das novas e desconhecidas vozes apostam todos os seus esforços e economias na criação de vídeos pensados para o YouTube e na gravação de temas que disponibilizam gratuitamente, para escuta no MySpace, SoundCloud, etc. Mas o principal objetivo é conseguir notoriedade suficiente para aspirar à profissionalização. Capicua é um bom exemplo de como a internet pode iniciar uma «carreira» profissional na área da música: «[Inicialmente] fiz EP's ou *Mixtapes* com o pessoal do hip-hop, comigo, com os meus amigos, para promover apenas nos *sites* de hip hop e nas nossas páginas de MySpace, etc. [...]» (Capicua, entrevista por Teresa Gentil, 20 de Abril de 2016). A sua primeira *mixtape* foi colocada *online* para *download* gratuito e chamou a atenção da Optimus Discos (que funcionava como plataforma *online* gratuita). A Optimus: «ajudava a divulgar na imprensa e

na rádio que o trabalho tinha saído» o que permitiu, a Capicua: «uma abertura ao mercado *mainstream* e [...] ao circuito de produção de música mais profissional, não só nos *sites* de hip hop ou nas redes sociais, como acontecia até à data» (*Idem*).

Rita Redshoes descreve como a publicação de um dos seus temas na internet foi decisiva no início da sua carreira a solo:

a primeira música que eu gravei em casa, sozinha, pus no MySpace e foi parar a essa coletânea [Novos Talentos – FNAC 2007] e à rádio. E, de repente, foi assim um «pufff»!!... e acho que teve a ver um pouco com a altura em que foi [...] não havia muitas mulheres a fazer música, [...] a sonoridade era mais específica e foi novidade (Rita Redshoes, entrevista por Teresa Gentil, 13 de Outubro de 2016).

Em Portugal, são vários os exemplos de artistas, vindos de um circuito *indie*, que conseguem notoriedade nas plataformas *web*, antes mesmo de fazerem concertos ao vivo ou de editarem trabalhos discográficos. A tendência é serem «assimilados» por empresas de produção que operam num contexto *mainstream*, como é o caso de Capicua. Questionada se a sua contratação, por parte da editora Valentim de Carvalho, tinha alterado ou condicionado a sua criação e/ou *performance* musical afirmou:

Uma editora, mesmo que seja grande, quando contrata um músico da escola da música alternativa [...] seria muito estúpido eles tentarem transformar esse potencial alternativo, ou tentarem domar esse potencial, porque se eles contrataram essa pessoa é porque está do «lado certo» [...]. Uma coisa são as bandas que são criadas de raiz quase por *casting*, ou feitas para vender discos, com objetivo comercial. Quando vais buscar

músicos, à música alternativa, tens de ter respeito por essa liberdade e por essa identidade. E eu sempre senti na VC [Valentim de Carvalho] um cuidado em gerir o meu crescimento para não afetar essa história e essa identidade; e também para eu não perder a base de apoio que cresceu comigo, precisamente por ter essa identidade (Ana Matos Fernandes, Capicua, entrevista por Teresa Gentil, 20 de Abril de 2016).

Um exemplo oposto é o de Rita Cardoso, uma cantautora que sentiu a pressão do meio editorial após ter vencido, a solo, o concurso Termómetro Unplugged, no ano 2000 (Coliseu do Porto), um evento relevante no panorama da música «alternativa» em Portugal:

um dos prémios era um... era um contrato com a Sony Music [...]. Só que não gravei com eles [...] por aqueles motivos do costume. Queriam que eu fizesse as coisas de uma maneira mais pop rock, tipo PJ Harvey, qualquer coisa assim e eu não era isso [...] eu era outra coisa [...] eu era eu. Portanto, não fiz cedências estilísticas, não gravei com eles. Quis impor as minhas coisas eles queriam impor as deles, não há disco para ninguém (Rita Cardoso, entrevista por Teresa Gentil, 8 de Abril de 2016).

Rita Cardoso continua a fazer a sua música, de forma independente, a partir de casa. Publica regularmente as suas criações no SoundCloud como «forma de comunicar» consigo e com os outros: «É a minha forma de expressar [...] é a forma de eu me sentir à vontade para dizer as coisas. É na música que eu digo as coisas que eu quero dizer [...]. Eu acho que essa necessidade de comunicar aos "outros" é precisamente por não comunicar muito com eles de outra forma» (*Idem*).

## Custos

Embora se encontrem inúmeros *sites* que permitem divulgar música gratuitamente, ou fazer uma página *web* personalizada (como no *Wix*, por 120 euros anuais), todos eles estão desenhados para ter lucro e são ferozes no envio de publicidade. O SoundCloud e o Facebook (entre outros) são, por vezes, a única ferramenta acessível de divulgação para um número considerável de artistas. Muitas cantautoras (ou suas produtoras) pagam serviços adicionais a estas empresas, com a perspetiva de obter algum tipo de retorno, mas torna-se difícil afirmar que este esforço financeiro é recompensado.

A edição de música centra-se cada vez mais na internet e a presença maioritária destas cantautoras no iTunes confirma esta tendência. O iTunes foi criado em Abril de 2003 pela Apple, em colaboração com as maiores editoras discográficas: «The iTunes store sold 50 million songs in its proprietary AAC format in eleven months, 200 million within a year and a half, and six billion by the beginning of 2009, by which time it had long dominated the *online* music market» (Katz 2010, 182). O iTunes permite realizar o *upload* de álbuns ou faixas individuais, sendo o valor pago por música noventa e nove cêntimos; deste valor, 30% pertence ao iTunes e outros trinta serão para a editora, deixando 39% para os/as autores/as (ou proprietário(s) dos direitos). Com o objetivo de contrariar este desequilíbrio financeiro, e «defender» os interesses dos músicos, surge o Bandcamp,<sup>(4)</sup> referenciado no *The New York Times* como uma mistura de iTunes e Spotify. Nesta plataforma, os artistas são livres de disponibilizar para *download* as suas criações, podendo definir quanto querem receber. A plataforma

---

(4) <https://bandcamp.com>.

paga 85% desse valor diretamente aos artistas: «Bandcamp [...] became profitable in 2012 and sells a record every five seconds. It grew 35 percent last year and has paid \$169 million to artists, according to its website [...]. The site keeps 15 percent of each sale» (Ratliff 2016).

### **Downloads ilegais e copyright**

A maior preocupação revelada pelas autoras que possuem contratos com editoras são os *downloads* «ilegais» e a partilha de ficheiros mp3 *online*. Essas preocupações são intensificadas pelas campanhas legais das indústrias fonográficas que, em associação, declararam guerra à «pirataria» de conteúdos protegidos pela lei do direito de autor. A Sociedade Portuguesa de Autores<sup>(5)</sup> determinou como grande causa (moral e jurídica) o combate à pirataria na internet, sendo constantes as notícias nos *media* e na sua página que, de forma a informar e sensibilizar as pessoas para o «problema», comparam o *download* ilegal com o furto de um objecto físico como um CD ou DVD. A este propósito Lawrence Lessing afirma: «The digital world is closer to the world of ideas than the world of things. [...] Downloading a file is not like loading a shopping cart with groceries or a car with suitcases, for no object is actually being moved. To download is not to use or take someone else's song file but to copy it» (Katz 2010, 184). Para além

---

(5) Sociedade Portuguesa de Autores (SPA) – em Portugal é publicada, em 18 de julho de 1851 a primeira Lei Portuguesa sobre Direito de Autor e, em 1925, forma-se a SECTP (Sociedade de Escritores e Compositores Teatrais Portugueses) como cooperativa anónima de responsabilidade limitada, presidida pelo escritor Júlio Dantas, com o objetivo de proceder à «união dos escritores teatrais e compositores musicais portugueses para a defesa dos seus direitos e melhoria dos seus interesses». A cooperativa muda a sua denominação para SPA em 1970 e como podemos ler na sua página web: «A gestão exercida pela SPA incide sobre todos os géneros e formas de criação literária e artística e todas as modalidades de utilização das obras, estendendo a sua intervenção aos direitos conexos dos produtores fonográficos, mediante um protocolo de colaboração com os organismos representativos dos respectivos titulares».



da complexidade legal e dos lóbis das indústrias, dificilmente a «pirataria» poderá ser vencida se a entendermos como partilha de ficheiros *online*. Por cada *site* encerrado surgirão outros, com o mesmo intuito. Não há dados que sustentem se esta atividade é nociva, como perentoriamente afirmado, ou benéfica para os/as artistas.

O termo «pirataria» está, segundo Marshall, relacionado com a «reprodução não autorizada de material protegido pelo direito de autor» (Frith e Marshall 2004, 190-191), definindo seis tipos de pirataria que «afetam» a indústria musical: *counterfeiting* (contrafação), onde o produto é copiado em detalhe para substituir o álbum original (incluindo, por exemplo, capa); *pirating*, cópia comercial «apenas do som» dos produtos oficiais; *bootlegging*, gravação, reprodução ou cópia de material que nunca foi editado pelas editoras oficiais, com intuítos comerciais; *tape trading*, troca de cassetes e/ou CDs, sem fins comerciais; *CDr burning*, cópia particular de um disco total ou parcial; ou *file sharing*, partilha *online* de ficheiros através de *sites* que funcionam em *peer-to-peer* (P2P).<sup>(6)</sup> A repressão da pirataria começou por longos e milionários processos contra *sites*, como o polémico Napster. Na impossibilidade de conter esta «ameaça», começa uma perseguição sem precedentes a utilizadores individuais, inicialmente nos EUA:

In response to this «epidemic of illegal file sharing» (RIAA 2003a), on June 26, 2003, RIAA redirected legal threats toward individual subscribers of these networks who, in the past, enjoyed anonymity in P2P environments. Prior to RIAA's recent legal efforts, individual file sharers were

---

(6) «P2P denotes a decentralized network in which each computer has direct access to certain designated files stored on every other computer. Every member of the network is a peer; the circulation of data among peers is known as file-sharing» (Katz 2010, 180).

almost completely immune from legal liability when violating copyright law [...]. RIAA has chosen to focus on a relatively small group of individuals and maximize the publicity surrounding its legal action to discourage the overall participation in file-sharing networks (Bhattacharjee, et al. 2006, 92).

Em 2008, a revista *Blitz* e o *Jornal de Negócios* davam conta do «primeiro português condenado à prisão por pirataria musical na internet», tendo sido condenado a «90 dias de prisão ou 60 dias acrescidos de uma multa e um pedido de indemnização» por ter descarregado e disponibilizado música *online*, através do sistema *peer-to-peer* (Blitz 2008); a queixa foi entregue pela Audiogest e pela Associação Fonográfica Portuguesa (agora extinta). Não é claro que a partilha de ficheiros na internet justifique o declínio na venda de discos, facto que pode ser motivado por variadíssimos fatores. Para além disso, na visão de muitos utilizadores e académicos, a partilha de ficheiros *online* «plays a central role in the social activity of music enjoyment and thus acts as a stimulus for official sales» (Frith e Marshall 2004, 196). Ainda em 2013, o *Jornal i* dava conta de um estudo do London School of Economics que afirmava que as perdas com as vendas de discos tinham sido compensadas pelo aumento de lucros com bilhetes de concertos e outros produtos de *merchandizing* (Jornal i 2013). A este propósito, Frith faz referência ao contrato de Robbie William's com a EMI, que ficou proprietária dos direitos de imagem e da «marca» do cantor: «People might be able to download a Robbie CD for free, but they would still need to pay a concert ticket or a t-shirt» (Frith e Marshall 2004, 196).

É possível encontrar inúmeros sites que disponibilizam, de forma gratuita e «pirata», o *download* de música destas autoras

(ver tabela 5). Mas se para as cantautoras com acordos discográficos a «pirataria» é uma preocupação, para as que têm edições de autora ou para as que ainda não editaram qualquer trabalho, a partilha de ficheiros parece ser positiva: se as pessoas estão a partilhar a sua música é porque gostam e estão a promovê-la «gratuitamente». Várias cantautoras referem que não esperam ter lucro com a venda de discos: o «objeto» CD é valorizado porque permite, mais facilmente, a venda de espetáculos e circulação da música em rádios (por exemplo); por outro lado, parece ter um efeito de credibilização artística junto da «comunidade» e do público. Algumas autoras tentam personalizar estes objetos de forma a torná-los únicos e especiais, como Capicua, que disponibiliza na sua página CDs autografados e com dedicatória.

## Conclusão

A análise desenvolvida neste artigo é eminentemente exploratória, dada a escassez de estudos publicados sobre esta temática em específico, o que concorre para o carácter primário da informação recolhida e para o potencial múltiplo de linhas de pesquisas que se poderiam explorar. A partir do trabalho empírico observou-se como estas cantautoras procuram potências perante uma realidade desigual, e que uma das estratégias que encontram é a utilização da internet, seja pela dimensão financeira ou pela sua maior democraticidade.

O papel das mulheres na música, em Portugal, parece continuar associado ao canto e menos à criação musical-literária ou à interpretação instrumental, como demonstram os números do ensino especializado e dos eventos observados. As próprias cantautoras experienciam este preconceito: são muitas vezes felicitadas por

terem uma «boa voz» e raramente por escreverem «boa música». Os eventos analisados não constituem uma amostra significativa que nos permita extrair conclusões, mas são um indício de que há fortes assimetrias, tanto quantitativas como qualitativas, entre homens e mulheres nas indústrias da música.

No grupo observado, o ciber mundo desempenha um papel fundamental na criação de objetos musicais e visuais, na difusão, divulgação, partilha e venda de música. Apresenta inúmeras vantagens, mas coloca desafios que exigem soluções criativas, também dos autores e autoras. Permite o contato direto de artistas com pessoas que fazem parte da «massa incógnita» designada por «público» e possibilita a divulgação de nichos criativos, de cultura(s) *indie* e, por vezes, a sua assimilação pelo mercado *mainstream*. Compreender de forma mais aprofundada esta realidade afigura-se fundamental e a investigação realizada sobre esta temática em Portugal é incipiente. Perspetivas de género na música são essenciais a uma cabal compreensão da realidade social.

## Referências

- Ana Matos Fernandes, Capicua. 20 de Abril de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Contato telefónico.
- Andrea Vertessen. 4 de Abril de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Graça, Lisboa.
- Beatriz Pessoa. 9 de Abril de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Teatro Taborda, Lisboa.
- Bhattacharjee, Sudip, Ram D. Gopal, Kaveepan Lertwachara, e James R. Marsden. 2006. «Impact of Legal Threats on Online Music Sharing Activity: An Analysis of Music Industry Legal Actions». *The Journal of Law & Economics* 49/1:91–114. Consultado em 8 de Agosto de 2016.
- Blitz. 2008. «Primeiro português condenado à prisão por pirataria musical na internet.», 20 de Junho de 2008. Consultado em 4 de Setembro de 2016. <http://blitz.sapo.pt/principal/update/primeiro-portugues-condenado-a-prisao-por-pirataria-musical-na-internet=f25431>.
- Bohnet, Iris. 2016. *Gps - CNN, Fared Zakaria*, 22 de Julho 2016. Emitido no canal RTP3, Setembro de 2016.
- Frith, Simon, e Lee Marshall. 2004. *Music and Copyright*. New York: Routledge.
- Governo de Portugal. 2016. «Estatísticas do ensino superior em Portugal». Consultado em 16 de Setembro. <http://infocursos.mec.pt/>.
- Gulbenkian. 2016 «Músicos da Orquestra Gulbenkian.» Consultado em 2 de Setembro. <https://gulbenkian.pt/musica/coro-e-orquestra/orquestra-gulbenkian/musicos/>.
- Joana Espadinha. 20 de Setembro de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Calçada da Bica, Bar «A Vizinha», Lisboa.
- Jornal i. 2013. «Impacto da pirataria na indústria musical poderá não ser tão prejudicial quanto se pensa.», 9 de Outubro de 2013. Consultado em 8 de Agosto de 2016. <http://ionline.sapo.pt/331896>.
- Katz, Mark. 2010. «Listening in Cyberspace». In *Capturing Sound, How Technology has Changed Music*, editado por Mark Katz. London: University of California Press.
- Koskoff, Ellen. 2014. *A Feminist Ethnomusicology, Writings on Music and Gender*. Chicago – Springfield: University of Illinois Press Urbana.
- Mafalda Veiga. 18 de Maio de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Estúdio da autora. Algés, Lisboa.
- Maria João Fura. 31 de Março de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Penha de França, Lisboa.
- Mariana Rocha. 19 de Setembro de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Alfragide, Lisboa.
- Ratliff, Ben. 2016. «Is Bandcamp the Holy Grail of Online Record Stores?» *The New York Times*, 19 de Agosto. Consultado em 19 de Agosto de 2016. <http://www.nytimes.com/2016/08/20/arts/music/bandcamp-shopping-for-music.html>.
- Rita Cardoso. 8 de Abril de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Bar «A Vizinha», Calçada da Bica, Lisboa.
- Rita Redshoes. 13 de Outubro de 2016. Entrevista por Teresa Gentil. Saldanha, Lisboa.
- SPA. 2016. «Legislação.» Sociedade Portuguesa de Autores. Consultado em 4 de Agosto de 2016. <https://www.spautores.pt/autores/direito-de-autor>.

TNSC. 2016. «Músicos da Orquestra Sinfónica Portuguesa.» Consultado em 2 de Setembro de 2016. <http://tnsc.pt/musicos-da-osp-orquestra-sinfonica-portuguesa/>.

Tutaudio. 2016. Downloads ilegais. Consultado em 18 de Agosto de 2016. <http://tutaudio.su/>.

TVI24. 2013. «Pirataria: SPA processa o estado por “prejuízo de milhões de euros”.» 1 de Abril. Consultado em 4 de Setembro de 2016. <http://www.tvi24.iol.pt/sociedade/copia-privada/pirataria-spa-processa-o-estado-por-prejuizo-de-milhoes-de-euros>.

# O desenvolvimento de movimentos *cyberunderground* no heavy metal português: construção de comunidades e identidades no ciberespaço

LUÍS MARCELO FRANCA

## Introdução<sup>(1)</sup>

O heavy metal e os diversos subgéneros associados dispõem de uma presença significativa em espaços digitais ao nível de produção musical, circulação de informação e conteúdo, e ainda várias redes de sociabilidade. Esta presença é feita, em grande parte, pelos fãs e pelas próprias bandas e grupos musicais que disponibilizam os mais diversos conteúdos. Nestes incluem-se, por exemplo, comunidades *online* (ou cibercomunidades), grupos de discussão, fóruns, blogs, canais de YouTube. Entre múltiplas páginas de bandas ou grupos de fãs, concertos e trocas de bilhetes na rede social Facebook, comentários entre utilizadores

---

(1) O autor segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. A dissertação de mestrado de Humberto Silva é particularmente relevante na literatura consultada para este artigo devido ao seu objecto de estudo se centrar especificamente na transição da comunidade física para a digital no metal em Portugal. Embora o autor se foque apenas num fórum de metal português e especialmente no género heavy metal, a proposta do conceito de «netaleiros», a utilização das redes sociais e as formas *online* de contacto entre fãs do género constituem uma análise muito importante para o paralelismo aqui discutido e associado directamente a bandas metalcore.

no YouTube em determinada faixa ou álbum, é de notar que, tal como em muitos meios musicais e não só, o heavy metal, respetivos subgéneros e tópicos associados – desde a sua história, cultura, críticas, etc. – são um veículo de forte atividade e discussão *online* em muitas plataformas por parte de milhares de fãs interligados globalmente.

É importante destacar que um dos tópicos principais de discussão no campo do heavy metal surge devido à existência de um paralelismo entre possíveis subgrupos, de um certo antagonismo entre fãs que preferem um subgénero ao outro. Tanto através de críticas mais formais, como de discussões sublinhadas com humor ou sátira, estas questões suscitam problemáticas interessantes e importantes para análise, que abrangem a interação entre intervenientes dos vários subgrupos de ouvintes e fãs de heavy metal ou «música pesada», como é denominada frequentemente no circuito português.

Este artigo centra-se na abordagem do impacto das redes sociais na música deste género em Portugal, na existência de um, ou vários, cibergrupo(s) que altera(m) o paradigma da comunidade «metaleira» no país, originando a dualidade da era pré-internet em contraste com a era da internet das coisas, bem como no paradigma internacional e nacional dos estudos académicos sobre este género em específico. Desde o surgimento do MySpace até ao advento de outras plataformas digitais que são utilizadas hoje em dia, como o Facebook, Instagram e Twitter, que se tem assistido a uma formação de grupos de discussão *online* dentro do pequeno universo do heavy metal em Portugal.

Para a análise das várias questões que surgem em relação ao referido impacto, procedi à recolha de fontes portuguesas



dentro do circuito *underground* em Portugal e fontes fora do país que pudessem ser utilizadas em conjunção com os autores portugueses. Realizei também uma entrevista a um dos membros da banda Hills Have Eyes, Fábio Baptista, sendo esta conhecida por ser um porta-estandarte do metalcore (subgénero do heavy metal que interliga o metal com o hardcore punk) em Portugal, tendo já participado em várias digressões europeias. A possibilidade de ter entrevistado o vocalista de Hills Have Eyes permitiu um acesso mais sólido à perspetiva de quem está inserido e opera no meio *underground* já desde o ano 2004.

O género musical heavy metal é um objeto de estudo abordado a partir de diversas perspetivas multifacetadas, considerado um subcampo da musicologia em rápida expansão, principalmente a partir dos anos 2000, e denominado *metal studies*. Dois autores e respetivas obras centrais que cruzam a musicologia e a sociologia, ainda nos anos 1990, consideradas pioneiras no estudo da música heavy metal, incluem o livro *Heavy Metal: A Cultural Sociology* (1991) de Deena Weinstein, que explora o desenvolvimento do género e subculturas adjacentes, bem como aspetos comerciais e *performances* ao vivo; e o livro *Running with the Devil: Power, Gender and Madness in Heavy Metal Music* (1993) que foca o heavy metal a partir de uma perspetiva musicológica, salientando questões de autenticidade e de virtuosismo associadas à composição e *performance* musicais. Em termos do subgénero do metalcore/hardcore existem diversos artigos sobre este disponíveis em secções de notícias e textos de opinião *online*, embora esteja praticamente excluído da literatura académica, o que dificulta a discussão e análise deste subgénero no contexto deste artigo devido à inserção de alguns exemplos

analisados e a uma das ferramentas metodológicas utilizadas (a entrevista/banda) se associarem diretamente ao metalcore.

No panorama acadêmico português, os principais autores e publicações a destacar são Paula Guerra e a sua investigação sobre o rock e punk em Portugal e as cenas e culturas *underground*, observando práticas e comunidades DIY associadas a esta cultura, podendo mencionar os livros *A instável leveza do rock: génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal* (2013) e o livro co-editado com Tânia Moreira *Keep It Simple, Make It Fast! An Approach to Underground Music Scenes* (2015). Porém, é pertinente notar que existem estudos em curso, mas que pelo simples facto de não estarem ainda publicados não são possíveis de consultar.

Uma das referências principais do estudo académico em Portugal é a síntese realizada por Dico no livro *Breve história do metal português* (2016) que traça um panorama histórico sobre o heavy metal em Portugal, juntando informações gerais sobre as bandas, as figuras, os agentes envolvidos no underground, bem como o que moveu este género e os seus intervenientes. Mesmo com a dissertação de mestrado de Humberto Silva sobre as comunidades metaleiras física e *online* em Portugal e os «netaleiros», é importante destacar que as fontes portuguesas sobre o metalcore são especialmente escassas, sendo que a discussão de conceitos que apresento neste artigo decorre da reflexão crítica resultante da minha presença neste meio como intérprete e, principalmente, como fã.

## As redes sociais e o seu impacto na música metal em Portugal

A era pré-internet da comunidade metaleira em Portugal foi dominada pela interação física dos membros desta em locais pré-determinados para tal. O local de eleição seriam os concertos das várias bandas do *underground*, onde todos poderiam interagir e partilhar ideias livremente. Em termos de divulgação, segundo Dico (2016), as *fanzines* e o «passa a palavra» eram os meios mais utilizados e, provavelmente, os mais viáveis para dar a conhecer os eventos interligados ao metal. O fenómeno da *fanzine* foi o mais importante no funcionamento da máquina do *underground* português na década de 80. Este meio de comunicação surgiu com o advento dos clubes de fãs de bandas estrangeiras relevantes na altura, tais como Judas Priest, Metallica, Slayer, etc. De acordo com a entrevista que o autor fez a José Gomes, um dos fundadores da *fanzine* «Purgatório do Heavy Metal»:

Nós líamos revistas francesas: a *Rock & Folk* – através da qual tivemos conhecimento do fã-clube French Heavy Metal Association – a *Enfer Magazine*, que nos deu a saber a existência, no estrangeiro, de publicações amadoras chamadas «fanzines». Além disso ouvíamos, com muita estática, um programa de rádio francês dedicado ao Heavy metal com apresentação de Francis Zégut (Dico 2016, 113).

Esta difusão da *fanzine* em Portugal acelerou o processo de difusão do heavy metal no país, com títulos como *Judas Priest Maniac's Club Magazine* (primeira *fanzine* produzida em Portugal), *Folha Metálica*, *Sagrada Escritura*, *Renascimento do Metal*, entre muitos outros exemplos. Estas *fanzines* eram enviadas aos sócios

desses clubes de fãs e vendas também em locais como a Feira da Ladra, nos concertos das bandas, etc.

As *fanzines* poderiam ser consideradas como a rede social analógica da era pré-internet dentro da comunidade metal em Portugal devido à interação coesa entre fãs, já que estas *fanzines* eram feitas e lidas pelos mesmos. A ideologia que estas publicações tinham como base era contrariar a «limitação de uma subcultura ostracizada pelos grandes meios de comunicação» (Dico 2016, 117). É extremamente importante que iniciativas privadas como estas apoiem as iniciativas musicais em Portugal e é este o propósito exato que estas *fanzines* pretendiam alcançar. As entrevistas a bandas nacionais eram recorrentes em muitas das edições destas revistas. É também importante destacar a importância de vários agentes esporádicos do género em Portugal, tais como António Sérgio que apresentava o programa de rádio *Lança-Chamas*, sendo este o único difusor de heavy metal na rádio portuguesa a partir de 1983, mantendo-se em atividade até ao início dos anos 90 (Silva 2010).

Em paralelo a este paradigma encontra-se a era das redes sociais digitais. A comunidade de hoje em dia instala-se não só em eventos sociais como concertos, mas também na internet, desenvolvendo desta forma um conceito que se pode denominar de *cyberunderground*, onde todos os adeptos do metal se «reúnem» de modo a partilhar novas músicas, bandas, digressões, anúncios, críticas, tornando o espaço e tempo de interação permanente entre todos os intervenientes, ao contrário do que se passava antes da era da internet em que ocorria um progresso mais disperso das bandas deste género. Com o desenvolvimento destas comunidades assistimos a uma maior influência no meio

por parte dos integrantes deste movimento *underground*, não só no plano nacional como também internacional. Esta envolvimento ajuda as bandas portuguesas a obterem uma maior visibilidade em termos globais. Pode constatar-se o facto de cada vez mais artistas do género afluírem aos palcos nacionais, como é o caso da vinda da banda australiana Parkway Drive a Portugal, extremamente influente no género metalcore. Esta afluência deve-se a uma crescente colaboração entre promotores nacionais que trabalham em conjunto com promotores de outros países, sendo também uma oportunidade para bandas com pouco tempo de vida se afirmarem no panorama, ao abrirem concertos de artistas internacionais.

O *cyberunderground* é assim um fenómeno que se ramifica em termos nacionais e internacionais, porque sem as ferramentas digitais de que consumidores culturais de todo o mundo usufruem, este nicho não teria a publicidade desejada. Este reflete-se em várias plataformas digitais, como os canais de YouTube que obtêm milhares de visualizações diariamente. O mais notável destes canais é do *youtuber* norte-americano Jared Dines que utiliza o humor e sátira ao realizar vídeos de demonstração de vários paradigmas ou *clichés* que fazem parte da cultura do heavy metal nos dias de hoje, bem como revisões a álbuns ou músicas novas. A sua influência é notável, sendo que várias pessoas o mencionam em várias partes da *web*, mais recentemente no novo videoclipe da banda americana Suicide Silence, que obteve uma reação extremamente negativa devido à mudança de sonoridade e de vocalista. Os fãs decidiram demonstrar a sua reação através de comentários no YouTube: «Jared dines just ended suicide silence's career lol» (niko cezar in Nuclear Blast Records 2017).

Guys, we don't hate this because it's «different». We hate it because it SUCKS. If you look back on Suicide Silence before this atrocity, ALL of Suicide Silence's albums sound different. But they all retained the «sound» they established. The Cleansing was their «classic» deathcore sound and what they founded themselves on, NTTB kept that sound but it had a darker atmosphere and louder vocals, The Black Crown was a bit lighter but it still had [sic] it's heavy moments and had some pretty catchy grooves, and YCSM was in my opinion a combination of all three of those albums. It showed that this band can put a different vocalist on board and still retain the badassery of their classic sound. I'd say it was their best effort, despite NTTB being my personal favorite. But this self titled album is just abysmal. I listened to the whole album on Spotify today. I gave it a fair shot. I really did. The only song I found was halfway decent was Hold Me Up, Hold Me Down since it retained a slight bit of their once established sound, given it has some good screams and gutturals in it (shocker after hearing this garbage). That was literally it. The rest of the album is just as awful as I thought it would be. It sounds like an extremely amateur local teenage garage band's demo album. I understand bands change, but Eddie and the fans defending this need to take their heads out of their asses cause «change» and «different» doesn't mean shit if that «different» sounds like ass. And when more than half of your fanbase is telling you it's trash, you should probably listen to them and get your shit together (Bret Buckley in Nuclear Blast Records 2017).

O exemplo mais relevante do *cyberunderground* será o Facebook, dado que é a rede social de eleição para discussão e divulgação de ideias, que inclui inúmeras páginas de bandas, bem como de grupos e eventos com adesão de várias centenas e por vezes milhares de pessoas. Vários exemplos deste tipo de

comunidades incluem grupos para troca e venda de bilhetes, divulgação de digressões nacionais e internacionais, discussão aberta e crítica sobre o trabalho produzido pelas bandas, entre muitas outras formas de atividades, as quais se relacionam com o crescimento da cultura *DIY online* e o seu impacto na internet através dos utilizadores:

The «do-it-yourself» model has become the main channel for a number of artists and newly-launched bands to take their first steps towards larger audiences, especially in the social media websites, such as Facebook and YouTube. [...] The strong presence of social media sites in the current metal scene has provided new dimensions in self-promotion, distribution and fan-engagement. This relatively fresh model can assist artists to reach international recognition in a matter of hours or days from the time of creating and posting an exceptional or original video blog or a blog entry, video, picture or any other sensational online download if implemented properly (Seppi e Stoycheva 2015).

A afluência a este tipo de cibergrupos forma várias comunidades, que não fazem só parte de um único grupo social físico, mas sim de outros subgrupos de subgéneros dentro do heavy metal. Todavia, esta heterogeneidade resulta na interação de agentes do *underground* ativos, tais como os fotógrafos e *designers freelancers*, de grupos sociais diferentes, o que possibilita o aparecimento de uma (utópica) homogeneidade. A entreajuda destes agentes e das bandas é vista como um fator fulcral na dinamização e progresso da música feita em Portugal. Esta ideia de união é mais evidente em alguns subgéneros como o hardcore punk em que se utilizam conceitos chave para a integração daqueles

que se tentam iniciar no meio do underground, tanto como fãs, como agentes ativos (fotógrafos, *designers*, etc.). Evidencia-se, assim, a existência de nichos dentro de cada género, sendo possível afirmar, ainda que subjetivamente, que alguns deles são mais inclusivos que os restantes. Embora a cultura *DIY online* e as várias formas de contacto e trocas de informações em plataformas digitais e redes sociais permitam a introdução de bandas, não só no meio musical em que se inserem – um subgénero do metal, por exemplo – e a procura de um grupo de fãs cada vez maior, este paradigma também dificulta a visibilidade de grupos e artistas associados a nichos para um meio mais *mainstream*:

Nowadays, it is complicated for a niche artist to acquire a mainstream commercial status, mainly because of the inexhaustible possibilities to generate content both on the internet and via media, the grown popularity of «do-it-yourself» models, and the general decline of limited distribution channels (Hjelm, Kahn-Harris e LeVine 2013, 38).

Apesar desta mudança de paradigma, a afluência aos concertos em Portugal mantém-se constante, também devido à iniciativa independente de organização de eventos pelo país e do constante apoio de outros agentes independentes em dinamizar e divulgar os mesmos.

### O exemplo do MySpace

O MySpace é uma das redes sociais com mais sucesso na história recente da internet. Desde o seu lançamento em 2004 até aos dias de hoje, esta plataforma digital albergou em simultâneo o perfil de 76 milhões de utilizadores (dados calculados somente nos Estados



Unidos), sendo que muitos destes perfis eram de bandas e artistas a solo dos mais variados géneros musicais (MySpace 2017).

A rede social influenciou sobretudo adolescentes e jovens adultos, constituindo um motor de divulgação de artistas independentes, sendo que, alguns deles, tal como Lily Allen e My Chemical Romance, atingiriam patamares internacionais de visibilidade (Tayler 2013). Eventualmente, com o surgimento do Facebook, o MySpace perdeu o seu fulgor a partir do ano 2008, embora muitas das bandas independentes continuassem a utilizá-lo como forma de divulgação, devido à ainda pouca influência do Facebook no meio musical. Pouco a pouco ocorreu a migração das páginas ou perfis oficiais destes artistas para outras redes sociais como o Instagram e o Twitter. Tal como com o Facebook, as bandas portuguesas divulgavam o seu trabalho principalmente através desta plataforma digital, já que o *streaming* e plataformas como o Spotify e SoundCloud não eram tão utilizadas como hoje em dia. A divulgação em massa nesta plataforma digital tornou-a um dos portais para a procura e publicidade das várias bandas nacionais e internacionais do género.

Uma das bandas que recorre à utilização destas plataformas é a banda Hills Have Eyes, que ainda disponibiliza um perfil *online*, embora já sem uso. Podemos verificar vários dos eventos musicais em que estes participaram, fazendo com que o MySpace constitua um livro digital do currículo das bandas, caso estas publiquem os seus concertos e actividades na rede social.

Na entrevista que realizei com o vocalista de Hills Have Eyes, o mesmo afirma que o MySpace foi fulcral na evolução da banda e na sua afirmação como um dos agentes mais ativos dentro do *underground* português:

Pá, não sei se chegaste a ter o Myspace. Na cena das bandas, não só a [sic] Portugal mas a nível mundial, essa foi a rede social mais influente porque o pessoal não estava habituado a ter a vertente da partilha da música e os *players* nos perfis, e foi a rede que notei que quando começámos a pôr lá cenas e que coincidiu com o nosso aparecimento, notámos uma grande diferença até em termos internacionais (Batista 2016).

Esta mesma banda viveu a passagem das duas eras de predominância do MySpace e Facebook acima referidas. De acordo com a perspetiva do entrevistado, a existência de um espaço digital onde as bandas possam divulgar o seu trabalho é uma mais valia para a afirmação das bandas do metal português, embora se continue com a pouca visibilidade nos meios de comunicação mais acedidos pelos utilizadores, tais como estações de rádio, revistas e até a televisão.

Acho que é uma união diferente, é uma união digital, se a quiseres chamar assim. Existe uma comunidade numa rede social e antes existia uma comunidade mais forte pessoal. Nós tivemos uma cena que era a *Secret Society of Friends*, que eram bandas como nós, os One Hundred Steps, More Than a Thousand, Banshee, My Cubic Emotion, e se calhar na altura o pessoal aí tinha de se juntar mais fisicamente e pessoalmente e trabalhavam um bocadinho tipo «fazer um concerto aqui, juntar-nos ali»; agora já é um bocado mais: vais à página de um gajo qualquer, mandas uma mensagem e «queres tocar connosco aqui?»; é uma união um bocado diferente. Não acho que seja negativo, mas é isso, é diferente.

Sou adepto da tecnologia e consigo ver o valor que isso dá para a música. Se calhar há pessoas que têm uma perspetiva diferente mas acho que isso para mim é brutal (Batista 2016).

O entrevistado afirma, todavia, que o metal dificilmente terá um lugar neste espaço dos *media* devido ao simples facto de não ter uma quantidade significativa de ouvintes e dos preconceitos que pairam em volta de si mesmo.

Os meios de comunicação para nós, somos um país pequeno, não divulgam, de facto. Isso também se deve ao tipo de música que fazemos, é para um nicho. Vais a um concerto e sabes que o concerto tanto podem estar 50, como se calhar estão 200-300 e alguns casos 500-600, mas não passa um bocado dali, nós não fazemos música para massas. É uma realidade que o pessoal tem de aceitar, não pode ficar revoltado com o facto de não passares na SIC ou não estares no Correio da Manhã ou *whatever* (Batista 2016).

O heavy metal é igualmente sujeito a uma categorização por parte dos fãs, sendo que aqueles que se associam, por exemplo, ao black metal não comparecem em concertos de bandas de metalcore. Existe também uma quebra entre gerações, fazendo com que os fãs do *oldschool*, ou seja, dos ouvintes da era pré-internet não acedam tanto ao espaço digital, por não o considerarem um veículo digno da divulgação da música metaleira. Mas, tal como referi anteriormente, não afeta diretamente a afluência aos concertos, uma vez que surgem sempre novos ouvintes. O *cyberunderground* e o *underground* interligam-se e completam-se, formando uma relação de interdependência entre si com as ações de todos os agentes neles incluídos.

## Observações finais

Neste artigo propôs-se discutir as notáveis alterações de dinâmicas de interatividade *online* entre os utilizadores que se inserem em nichos como os que referi. É possível notar um paralelismo entre a época do *underground* antes da expansão da *internet* e durante a mesma. As interações entre os intervenientes superaram barreiras de comunicação e desenvolveram possibilidades de expandir o mercado da música heavy metal nacional além das fronteiras portuguesas. Esta massificação da publicidade das bandas portuguesas fez com que Portugal se tornasse num destino cada vez mais concorrido de bandas internacionais e com que se formassem bandas nacionais em maior número, que no futuro possam exportar a sua música. As redes de interação utilizadas formam assim um conceito de *cyberunderground*, uma rede de comunicação comum para que os intervenientes do *underground* português, e não só, possam partilhar as suas criações, opiniões, ideias: «lá, no ciberespaço, que grande parte das “cenas” se encontram, em rede, através dos fóruns, grupos de discussão, redes de blogues, páginas do MySpace ou no Facebook, e que, embora não substituindo, potenciam e apoiam a existência da comunidade *offline*» (Silva 2010, 16).

Através do testemunho de Fábio Ribeiro Batista, vocalista de Hills Have Eyes, obtive uma opinião importante em relação ao assunto preponderante neste artigo, as redes sociais e a sua influência na música metaleira (mais especificamente, metalcore) em Portugal. Considero que a reflexão crítica sobre o desenvolvimento deste género musical em Portugal, em qualquer palco de operações do mesmo, é importante para que este se destaque no panorama continental e internacional.

## Referências

- Dico. 2016. *Breve história do metal em Portugal*. Lisboa: Valente - Artes Gráficas.
- Fábio Batista. 28 de Setembro de 2016. Entrevista por Luís Marcelo Franca. LxFactory.
- Guerra, Paula, e Tânia Moreira, eds. 2015. *Keep it Simple, Make it Fast! An Approach to Underground Music Scenes*. 2 Vols., Vol. 1. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Guerra, Paula. 2013. *A instável leveza do rock: génese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*. Biblioteca das ciências sociais. Sociologia epistemologia 88. Porto: Afrontamento.
- Hills Have Eyes. 2004. *Facebook*. Consultado em 26 de Março de 2017. <https://www.facebook.com/hillshaveeyes/?fref=ts>.
- Hjelm, Titus, Keith Kahn-Harris, e Mark LeVine, eds. 2013. *Heavy Metal: Controversies and Countercultures*. Studies in Popular Music. Sheffield - Bristol, CT: Equinox.
- «Lança-Chamas». 2011. *Portugal 80s Metal*. Consultado em 26 de Março de 2017. <http://portugal80smetal.blogspot.pt/2011/07/lanca-chamas.html>
- MySpace. 2017. «Press Room: Our back story...» Consultado em 26 de Março. <https://myspace.com/pressroom>.
- Nuclear Blast Records. 2017. *Suicide Silence - «Doris» (Official 360° video)*. <https://www.youtube.com/watch?v=KQgMTuyjATk>.
- Seppi, Marko, e Gabriela Stoycheva. 2015. «Heavy Metal Music and Culture in Rapidly Changing Global Markets.» Diss. Licenciatura, Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences.
- Silva, Humberto. 2010. «A comunidade metálica portuguesa no ciberespaço. Da comunidade física à comunidade online.» Diss. Mestrado, Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- Taylor, Ashlyn. 2013. «The Evolution Of Myspace: Its Success, Downfall and Current Revitalization.» *Storify*. <http://storify.com/TaylorAshlyn/the-evolution-of-myspace-its-success-downfall-and>. Este website esteve activo até 16 de Maio de 2018.
- Walser, Robert. 1993. *Running with the Devil: Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music*. Music/Culture. Hanover, NH: University Press of New England.
- Weinstein, Deena. 1991. *Heavy Metal: A Cultural Sociology*. New York - Toronto: Lexington Books - Maxwell Macmillan International.

---

## Apêndice: Entrevista

### Entrevista a Fábio Batista, vocalista da banda Hills Have Eyes

LxFactory, Lisboa, 28 de Setembro 2016

#### 1. Quais são as redes sociais que a tua banda utiliza para divulgar o vosso trabalho e comunicar com os vossos fãs?

Essencialmente, temos Facebook, Twitter, Instagram e um canal no YouTube. Onde estamos mais presentes é no Facebook, o que também levanta um problema que é a questão do tempo ou gosto. Há pessoal que tem mais do que dois [membros] a publicar coisas, na minha banda sou eu. Nós estamos nas redes sociais, mas essencialmente trabalhamos mais no Facebook.

#### 2. Qual dessas redes sociais é a mais influente na vossa divulgação? É o Facebook, certo? Mas também utilizam o Instagram com muita frequência...

Nós podemos sempre publicar no Facebook e Instagram de modo automático, mas como temos uma comunidade muito grande no Instagram e também no Facebook já temos uma comunidade interessante, vamos lá, fazemos alguns anúncios quando há alguma coisa mais interessante... Depende um bocado do que é que está a acontecer, se há concertos, se há músicas novas, se há cenas a acontecer, mas diria para aí três vezes por semana.

#### 3. Dirias que a utilização destas redes sociais disseminou o vosso trabalho em Portugal? Ou continuam a ser os concertos o principal modo de divulgação das vossas músicas?

Pá, não sei se chegaste a ter o MySpace. Na cena das bandas, não só a [sic] Portugal mas a nível mundial, essa foi a rede social

mais influente porque o pessoal não estava habituado a ter a vertente da partilha da música e os *players* nos perfis, e foi a rede que notei que quando começámos a pôr lá cenas e que coincidiu com o nosso aparecimento, notámos uma grande diferença até em termos internacionais. Acho que o grande desafio das bandas das gerações anteriores às nossas era também o facto de não conseguirem chegar a tantas pessoas porque simplesmente não havia tecnologia para isso. Nós somos privilegiados nesse sentido, porque vivemos numa era tecnológica e as redes sociais, pá, no momento em que lanças uma música e há um gajo no Japão ou na China ou *whatever* tem acesso instantâneo à tua música. Isso aconteceu um bocadinho connosco; arranjámos logo uma cena na Bélgica, começámos logo a ter algum *following* de pessoal não só em Portugal como também fora, portanto, acho que isso foi o *click* para nós, foi o MySpace. Depois o MySpace começou a morrer, o pessoal começou a desviar-se para outras redes, neste momento é o Facebook. Mas se quiseres que eu te diga uma rede social que foi a rede que eu acho que foi a mais importante foi o MySpace.

#### 3.1. E achas que influencia mais a divulgação dos vossos trabalhos do que os concertos?

Claro, sem dúvida. O alcance pode ser infinitamente superior.

#### 3.2. Os concertos, basicamente, completam essa divulgação, ou seja, a rede social prepara o vosso produto...

Sim, porque pode funcionar, e funciona, como um chamariz, é por isso que o pessoal dedica tanto tempo às publicações, aos eventos, a promover com essas ferramentas para um fim que geralmente

é ir aos concertos. Continuo a achar que a experiência do concerto é única, e normalmente até há pessoal que, ou fica desiludido, porque ouve uma cena bué boa e depois a cena é má, ou o contrário, achava que a cena não era tão boa e depois ao vivo, pronto, é uma experiência realista.

**4. Consideras que o investimento nas redes sociais é necessário hoje em dia para uma banda do vosso género se afirmar no meio musical onde se inserem e porquê?**

Eu acho que é indispensável em qualquer tipo de música ou negócio. Para nós, obviamente, na nossa realidade, não temos tanta disponibilidade financeira. Acho que hoje em dia é bué importante para um gajo ver *posts*, publicar um vídeo, uma cena qualquer; uma realidade dentro das possibilidades. O pessoal, se puder, é uma ferramenta que está ao alcance com um custo reduzido, metes 5-10€, aquilo chega logo a mais pessoal. Portanto, sim, é indispensável e é importante.

**5. Fazendo parte do leque de bandas que viveu durante esta revolução tecnológica, qual é a tua perspectiva em relação à nova era das comunidades digitais em oposição à era pré-internet dentro do *underground* em Portugal? De certeza que eras fã e vias os concertos; qual é a tua perspectiva em relação à nova era da informação, sentias mais dificuldade em dar a conhecer a vossa música?**

Claro que sim. É o que eu digo – mas é uma opinião pessoal – há malta que é um bocadinho contra a cena *oldschool*. Pessoalmente, eu acho que é fantástico a parte da partilha, do «eu estive lá», fazer uma foto, um vídeo; acho que as bandas hoje em dia e os músicos podem sentir-se privilegiados. Têm bué ferramentas e uma coisa muito importante é estares sempre

actualizado: tens Snapchat, Instagram *stories*, seja o que for, é um bocadinho ver como as ondas estão e integrares-te. Agora, artistas que já tenham uma exposição diferente, já têm equipas a trabalhar isso, bandas como nós claro que sentem um bocado de dificuldades porque não têm estrutura, já é *DIY*, é *DIY* na gravação, já é *DIY* nas fotos, é *DIY* nos ensaios, é *DIY* em tudo. Quanto mais, ainda temos de dispor mais tempo para pensar numa determinada estratégia, em trabalhar os conteúdos, etc.

**5.1. Sentes que a comunidade era mais unida antes ou mais dispersa? Por exemplo, agora temos as comunidades digitais. Há uma comunidade dentro da vossa página que está sempre atenta aos vossos concertos, aos vossos eventos, etc. Antes era através do «passa-a-palavra», da *fanzine* – embora seja de há muito tempo atrás – mas achas que é mais unida agora?**

Acho que é uma união diferente, é uma união digital, se a quiseres chamar assim. Existe uma comunidade numa rede social e antes existia uma comunidade pessoal mais forte. Nós tivemos uma cena que era a *Secret Society of Friends*, que eram bandas como nós, os One Hundred Steps, More Than a Thousand, Banshee, My Cubic Emotion, e se calhar na altura o pessoal aí tinha de se juntar mais fisicamente e pessoalmente e trabalhavam um bocadinho tipo «fazer um concerto aqui, juntar-nos ali»; agora já é um bocado mais: vais à página de um gajo qualquer, mandas uma mensagem e «queres tocar connosco aqui?»; é uma união um bocado diferente. Não acho que seja negativo, mas é isso, é diferente. Sou adepto da tecnologia e consigo ver o valor que isso dá para a música. Se calhar há pessoas que têm uma perspectiva diferente mas acho que isso para mim é brutal.

6. Sendo que fazes parte de uma das bandas mais mediáticas dentro deste género em Portugal, sentes que os meios de comunicação, tais como revistas, jornais, rádio, televisão, dão o devido espaço às bandas portuguesas para se afirmarem?

Pá, sinceramente, a resposta é não. Eu consigo entender em parte, uma coisa é eu ficar um bocado melindrado com bandas como More Than a Thousand, que foi uma banda que teve um crescimento brutal, andou a fazer *tours* lá fora, tocaram para milhares de pessoas, e eu próprio tive o privilégio de acompanhar agora a última *tour* deles e presenciar isso ao vivo – salas numa terça-feira com 600 pessoas na Alemanha para os ver – e a imprensa não reconhecer isso. Pelo menos, não publicitar. A única coisa que eu vi foi a notícia de que eles iam acabar e era na *Blitz*...

Às vezes, é um bocado assim, as más notícias são mais facilmente divulgadas. Os meios de comunicação para nós, somos um país pequeno, não divulgam, de facto. Isso também se deve ao tipo de música que fazemos, é para um nicho. Vais a um concerto e sabes que o concerto tanto podem estar 50, como se calhar estão 200-300 e alguns casos 500-600, mas não passa um bocado dali, nós não fazemos música para massas. É uma realidade que o pessoal tem de aceitar, não pode ficar revoltado com o facto de não passares na SIC ou não estares no *Correio da Manhã* ou *whatever*.

Nem que seja naquele canal de desportos radicais, ou SIC Radical, às vezes passavam...

Sim, mas esses canais até põem, já estivemos várias vezes na SIC Radical, já demos várias entrevistas para a Fuel TV, às vezes fazem *reports*, mas mais uma vez é uma cena que é para um nicho. Se estivermos a falar de cenas de massas, se

calhar os gajos promovem cenas em massa; eles também promovem muita merda e ninguém vai aos concertos, o factor C continua a ser muito importante, tipo, a banda é do primo do gajo ou da agência ou *whatever*, e mais facilmente dá destaque às cenas. Eu, sinceramente, compreendo o facto de nós não fazermos música para massas e portanto não podemos ser divulgados com tanta regularidade, mas a falta de reconhecimento – que isso é uma palavra diferente – isso existe e isso chateia-me um bocado.

7. O advento das redes sociais possibilitou-vos uma maior aproximação com agentes estrangeiros, ou seja, outros músicos, promoters, agências de booking, feedback dos fãs. Vocês têm algum grupo de fãs do estrangeiro, de um certo país? Já fizeram *tours* lá fora, certo? Em que países?

Sim, sem dúvida. Já tocámos em Espanha, França, Alemanha, Bélgica, Polónia, Eslováquia, Hungria, República Checa... Achas que havia algum grupo de fãs mesmo vosso ou foram ao concerto só porque sim? Até te posso dizer que uma das provas de que conseguimos o *accomplishment* por intermédio da rede social é o facto de termos trabalhos editados no Japão, numa editora japonesa, e isso chegou-nos por uma mensagem por Facebook. Um gajo, com um inglês bué mal escrito, conheci-o e depois mostrei-lhe Ninja Kore e fizemos uma *tour* com Ninja Kore no Japão, e o gajo disse: «pá, adoro o vosso som, estou a abrir uma *label* nova que é uma filial de uma *label* que até era grandinha e ainda é, e queria editar o vosso CD cá», e tudo isto por distância. Mandas os ficheiros, a capa, e o gajo mandou-me os CDs, e o CD ainda se vendeu lá para aí 1000 cópias, é uma cena que é interessante. Com as redes sociais, ou com o mundo digital, consegues criar certas



comunidades de fãs. Quando estive com Ninja Kore lá, o pessoal era tipo «eh pá, quando é que os Hills Have Eyes vêm cá, eu curto, tenho os CDs, comprei»; podias ir à Hungria e estavam lá 20 gajos que cantam as tuas músicas e como é que souberam? Viram na internet.

**8. Que outras plataformas utilizam para o mesmo fim indicado nas primeiras? iTunes, Spotify...**

Nós trabalhamos com uma plataforma que é o TuneCore, basicamente é uma plataforma em tu te inscreves e dá 100% de *revenue* de todas as plataformas digitais em que te inscreveres. Aquilo ficou mais mediático por causa de um gajo que não me lembro do nome que usou e divulgou por causa das editoras roubarem bué os artistas. Assim, o que fizemos foi inscrevermo-nos lá, disponibilizamos o CD e escolhes as lojas digitais que tu queres e aquilo tem tudo: tem lojas digitais japonesas, da América-Latina, ao iTunes ou Spotify, e assim temos os trabalhos distribuídos lá. Assim temos acesso total a quantos *streams* é que foram feitos na Colômbia, quantas vendas foram feitas, é uma cena fixe que deves conhecer. Existem mais, mas trabalhamos mais com isso.

**Então não trabalham muito com o Spotify ou com outras plataformas de *streaming*?**  
Não, é isso, no TuneCore o Spotify está lá incluído, ou seja, qualquer plataforma que venda música está lá incluída.

# Áudio e imersão em *Elder Scrolls*: co-criação, partilha e interações na cibercomunidade, no site *Nexus Mods*



JOANA FREITAS

## Introdução<sup>(1)</sup>

Na internet e em múltiplos espaços *online*, os conceitos de *web 2.0* e internet das coisas estão associados aos conteúdos criados, geridos e transformados por utilizadores quase incessantemente e que se têm expandido ao longo da última década. Estas práticas de co-produção, partilha e circulação entre utilizadores, agentes e plataformas têm sido largamente investigadas dentro dos estudos culturais, comunicação, novos média e inclusive

---

(1) A autora não segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. A etapa inicial desta investigação foi apresentada a 11 de Março de 2016 no III Encontro ibero-americano de jovens musicólogos em Sevilha (Espanha) e publicada em acta, tendo sido então continuada, desenvolvida e aprofundada para a comunicação no colóquio *Log In, Live On: música e cibercultura na era da Internet of Things*, e cujos objetivos principais se enquadram no tema da minha dissertação de mestrado «“The music is the only thing you don’t have to mod”: a composição musical em ficheiros de modificação para videojogos».

nos estudos de videojogos.<sup>(2)</sup> A participação no meio cultural dos videojogos como uma forma de interacção e respectivas práticas co-criativas é um dos vários pilares constituintes das múltiplas actividades associadas aos novos média, demonstrando a cada vez maior fragilidade da separação entre os papéis de utilizador/jogador e empresas/criadores. De acordo com Larissa Hjorth os videojogos e os jogadores sempre estiveram na frente de práticas de consumo inovadoras. O modelo da indústria dos videojogos é um exemplo de modos emergentes no século XXI de média participativos nos quais as relações entre consumidor/utilizador/jogador estão difusas, assim como os respectivos processos de produção (Hjorth 2008, 43).

A transformação da cultura de recepção e jogabilidade para a recepção, criação colaborativa e nova(s) jogabilidade(s) potenciou diversas práticas culturais e os meios interactivos digitais em questão, nomeadamente os videojogos, avançaram bastante rápido devido à possibilidade de alterar, ajustar e criar tanto *hardware* como *software* (Collins 2013). A alteração de paradigma e dinâmicas da cultura convergente apontadas por Jenkins (2006), denotam o cruzamento entre consumidores, fãs, produtores e média, de forma a produzir nas indústrias culturais em duas vias um novo conteúdo, que tanto pode partir dos consumidores, como dos produtores tradicionais do mesmo, sendo os videojogos um dos meios relevantes para o estudo da cultura participativa. Os conceitos de co-criatividade e *design* centrado na

---

(2) No contexto deste artigo, o termo «videojogos» refere-se a quaisquer jogos com os quais se interage através de um ecrã, sejam computadores, telemóveis, consolas – portáteis ou não –, televisões, etc. Relativamente à definição de «jogo», esta aproxima-se da proposta de Jesper Juul em que é «a rule-based system with a variable and quantifiable outcome, where different outcomes are assigned different values, the player exerts effort in order to influence the outcome, the player feels emotionally attached to the outcome, and the consequences of the activity are negotiable» (Juul 2006, 36).

óptica do utilizador providenciaram a possibilidade de personalizar produtos e permitirem aos utilizadores expressarem-se, formular propostas individualizadas, ter um sentido de controlo, acomodar estados emocionais, ou simplesmente divertirem-se (Mugge, Schifferstein e Schoormans 2010).

O advento dos ficheiros de modificação em jogos de computador, ou seja *mods*, é um dos aspectos relativos à personalização e produção de conteúdo por parte de utilizadores. A prática de criação e utilização de *mods* em videojogos, conhecida por *modding*, é definida por Sihvonen como:

[t]he activity of creating and adding of custom-created content, *mods*, short for *modifications*, by players to existing (commercial) computer games. These additions can be supplementary – in which case the mod is called a *partial conversion* – or mods can result in an entirely new game, which is then called a *total conversion* (Sihvonen 2009, 49).

Poor indica que estas modificações são realizadas através de programação computacional, com ferramentas de *software* que não fazem parte do videojogo, e algumas empresas apoiam esta prática ao disponibilizar ferramentas para o efeito e viabilizar fóruns de *modders*. *Modding* inclui diversas actividades que dependem das capacidades e motivações da pessoa que está a modificar um videojogo – pode incluir alterações simples nos gráficos, visuais, áudio, armas ou personagens até versões completamente novas do sistema do jogo original (Poor 2014).

Na indústria dos jogos, a prática de *modding* data da década de 80, provavelmente desde 1983 com a modificação *Castle*

*Smurfenstein*, uma paródia do *shooter*<sup>(3)</sup> *Nazi Castle Wolfenstein*, de 1981, para as plataformas Commodore 64 e Apple II. Em 1993, com o jogo *Doom*, a prática de modificação tornou-se mais comum (Champion 2012).

A reutilização de propriedade intelectual – para recriar o videojogo original, ou para utilizar os elementos do mesmo como componentes para um novo – ocorre quando os jogadores encontram novas formas de expandir as formas de relacionamento e interacção com o respectivo produto. De acordo com Postigo (2008), os *modders* utilizam uma parte considerável do seu tempo a editar o código de um videojogo, o som, os gráficos, a narrativa, e outros elementos, de forma a desenvolver um portfólio que os permita obter um trabalho na indústria, com o intuito de incrementar o seu capital social ou cultural, e até por diversão ou por se integrarem numa (ciber)comunidade ou jogo em particular, sendo um factor chave para o envolvimento dos jogadores em *modding*. O sentido de comunidade e de criação de elementos expressivos em práticas de modificação levou diversos académicos a situar esta cultura como cultura de fãs, desde Postigo até Sotamaa.

É importante ainda referir que a linha ténue entre os fãs e as empresas de desenvolvimento de videojogos levou a várias críticas por parte de utilizadores e críticos, à indústria dos mesmos, devido ao facto desta se aproveitar do trabalho gratuito dos fãs para diminuir os custos de trabalho, estender o tempo útil de vendas dos videojogos em formato físico (nas lojas, enquanto em suporte digital estes costumam estar durante muito mais tempo

---

(3) Subgénero de videojogos em que a jogabilidade se foca nas acções do personagem que o jogador controla através de uma arma, em que a agilidade do participante nos tempos de reacção, atenção e reflexos são um dos requisitos para o sucesso do mesmo.

disponíveis) e reduzir os custos de investigação, desenvolvimento e formação. O facto de diversas empresas providenciarem ferramentas e encorajarem os jogadores a tomarem um papel de produtor e *designer* em diversos jogos permite a criação de espaços para criatividade, mas também reduz a quantidade de conteúdo que os próprios criadores necessitam de desenvolver. Kücklich descreve esta prática como *playbour* (*play* e *labour* – jogar e trabalho) (Kücklich 2005).

O facto de vários autores de *mods* pouco se debruçarem sobre os *mods* em si complica ainda a questão da escassez de literatura existente neste tópico que não aborda sequer a música ou quaisquer fenómenos musicais associados, mesmo com o largo número de ficheiros deste tipo existentes em várias plataformas e para vários jogos.

Este artigo foca-se, assim, no *site Nexus* e na análise da produção musical de *mods* nos dois videojogos com mais ficheiros na base de dados – *The Elder Scrolls IV: Oblivion* e *The Elder Scrolls V: Skyrim*. Foram seleccionados os *mods* mais descarregados e/ou com melhor avaliação por parte dos utilizadores destes dois títulos na categoria relativa às componentes áudio e música para filtrar a amostra a reflectir aqui, focando especialmente os *mods* apenas com música original, ou seja, composta para o propósito específico de utilização e aplicação no *mod* respectivo (que serão referidos neste contexto como *mods* musicais). É possível observar que, para além de várias motivações partilhadas pelos compositores e/ou autores de *mods* musicais analisados, a presença extremamente frequente do termo «imersão» nos *mods* (não só de música, como na maior parte dos *mods* em geral nestes videojogos) que pode ser considerado quase um «requisito»

para ter visibilidade e promover o descarregamento dos respectivos ficheiros.

### **A imersão musical em videojogos: revisão teórica e o «real»**

Numa das obras fundamentais relacionadas com a área de *game design*, os autores Salen e Zimmerman apresentam o conceito de «falácia imersiva» e explicam como a imersão não vem do jogo em si mas através da própria acção de «jogar», onde o prazer deste meio está na habilidade de transportar sensorialmente o participante para uma realidade simulada – esta realidade tem um sentido de totalidade tão idílico (onde a barreira entre esta e o virtual desaparece) que o jogador é levado a acreditar que faz parte de um mundo imaginário (Salen e Zimmerman 2003).

Ermi e Mäyrä propõem uma divisão tripartida deste conceito em:

- 1) Imersão sensorial – nível no qual o jogador está focado inteiramente no mundo do jogo e nos seus estímulos através da utilização de grandes ecrãs e sons fortes que se sobrepõem à informação sensorial vinda do mundo real;
- 2) Interacção baseada no desafio – o jogador é capaz de atingir um balanço satisfatório dos desafios e habilidades;
- 3) Imersão imaginativa – o último nível onde o jogo oferece ao participante uma oportunidade de utilizar a sua imaginação, simpatizar com outras personagens ou apenas desfrutar da fantasia do jogo (Ermi e Mäyrä 2005).

Collins, nos seus textos sobre áudio em videojogos, enfatiza a imersão imaginativa e de como esta é realçada através do

mesmo. A autora menciona que os vários níveis de imersão experienciados por um jogador aproximam-se mais da definição de que «[a imersão é] caracterizada pela diminuição contínua da distância crítica entre o que é apresentado e o aumento do envolvimento emocional no que está a decorrer» (Grau 2003, 13) onde há uma relação multifacetada, interligada, contraditória e muito dependente da perspectiva do jogador entre a distância crítica e imersão. Collins afirma que o áudio tem um papel significativo na qualidade imersiva de um jogo e que qualquer quebra – quer a nível do áudio, quer a nível da componente visual do mesmo – retira o jogador da sua experiência de imersão. É de notar também que os jogos não se inserem num mundo real, no sentido em que não procuram retratar com grande fidelidade o dia-a-dia que nós experienciamos. A aspiração à imersão através da realidade sonora e visual aqui mencionada é feita de uma forma menos «natural» e mais «cinemática» – esta realidade é um sentimento de imersão e credibilidade, de verosimilhança dentro de um mundo fantástico (Collins 2008, 134).

Cruzando estes aspectos teóricos sobre a imersão em jogos, Isabella van Elferen, numa das últimas publicações musicológicas sobre videojogos, propõe o modelo teórico «ALI», «musical affect», «musical literacy» e «musical interaction» e discute o modo como estas três componentes convergem e se aplicam na música de videojogos (Elferen 2006).

A primeira componente está ligada principalmente à associação individual de cada participante em qualquer experiência musical, nomeadamente a correspondência auditiva a emoções e outros aspectos cognitivos. Elferen considera-o um factor determinante na atribuição de significados pessoais e colectivos



à música e, conseqüentemente, à imersão musical em videojogos e respectivas emoções relacionadas com as bandas sonoras (*Ibid.*, 34-35).

Enquanto a interacção musical é um ponto de conexão entre as acções do jogador e a banda sonora do videojogo – baseando-se na interacção com e através da música – a literacia musical é a componente que considero mais importante a salientar. Com a frequente exposição a vários meios audiovisuais como a televisão, filmes, séries, etc., e as várias formas e códigos composicionais tipificados que neles são utilizados (como motivos graves e dissonantes numa cena de um filme de terror, ou uma secção extremamente ligada e melódica a acompanhar uma cena de romance), é muito acessível reconhecer e interpretar estes estereótipos. A combinação desta literacia audiovisual com os videojogos leva a um *design* de bandas sonoras para este meio bastante específico, através de referências intertextuais de outros meios que apelam à literacia pessoal do jogador para a sua própria imersão musical – é devido ao reconhecimento de certos estilos composicionais que os jogadores associam e conseguem inserir diversos eventos e narrativas nos universos dos videojogos (*Ibid.*, 36-39).

Assim, a imersão imaginativa não é apenas reforçada pelo uso de som e música dos videojogos e a sua aproximação à realidade e distância crítica entre o universo virtual e o jogador, como é, principalmente, devida às referências pré-existentes de outros meios audiovisuais, sobretudo em idiomas musicais «épicos» e «fantásticos» (*Ibid.*, 36).

Grande parte dos *mods* na base de dados do *site Nexus* têm no título ou na sua ficha técnica/descrição a referência ao carácter «imersivo» e a sua contribuição para um ambiente e jogabilidade

mais imersivos que um dito ficheiro apresenta, apelando aos descarregamentos por parte dos utilizadores. Nos exemplos aqui em foco, os autores dos *mods* inseridos na categoria de áudio e música empregam o termo já referido, imersivo, e como estes *mods* irão potenciar o envolvimento do jogador no universo de um certo videojogo, auxiliando o seu distanciamento do mundo real através de paisagens sonoras mais trabalhadas (a nível de qualidade áudio e integração de outros elementos sonoros), a exploração com bandas sonoras apelando à «natureza» de um certo local (montanhas, florestas, etc.), ou o combate com faixas musicais «mais épicas». Numa perspectiva pessoal, este discurso imersivo corresponde tanto a um imaginário visual e sonoro do que os utilizadores consideram «real», associado ao mundo onde vivem e à «natureza» envolvente, como a universos fictícios, «medieval», «celta», «fantástico», entre outros, recorrendo a referências como a música composta pelo compositor do videojogo, Jeremy Soule. O compositor estabelece várias referências que perpetuam idiomas musicais referidos por Elferen cujos elementos compositivos se cruzam com a literacia audiovisual musical de outros meios e títulos já aqui referidos (é necessário salientar que o trabalho de Howard Shore para a saga *Lord of the Rings* (Jackson 2001; 2002; 2003) continua a ser das principais referências no mundo musical dos videojogos e respectivas composições).

### **Os mods musicais no site Nexus dos videojogos Oblivion e Skyrim: análise e discussão**

O site Nexus é um *website* gerido por uma (ciber)comunidade que providencia uma plataforma com o objectivo de servir criadores de *mods* para videojogos específicos, ainda comercializados em

lojas físicas ou digitais. Alberga cerca de 224 mil ficheiros entre 425 videojogos.<sup>(4)</sup> É interessante notar que, na versão extensa de apresentação do site, é referida uma ferramenta de software disponibilizada em diversos videojogos de computador chamada SDK (*Software Development Kit*), o que permite aos criadores dos mesmos «abrir» o videojogo com a finalidade dos jogadores e *modders* adicionarem novo conteúdo, modificarem ou até removerem conteúdo pré-existente.

Ambos os títulos aqui estudados estão integrados na mesma série, *The Elder Scrolls*, desenvolvidos pela mesma empresa e com a música composta pelo mesmo compositor já referido, Jeremy Soule, a partir da terceira instalação desta saga. Estes têm uma pasta nos ficheiros de instalação denominada «Música», que está dividida em categorias de acordo com a sua função no videojogo, nomeadamente:

<b>Oblivion</b>	<b>Skyrim</b>	
Explore	Explore	Combat
Public	Morning	Boss
Battle	Day	Dungeon
Dungeon	Dusk	Cave
Special	Night	Fort
	Town	Ice
	Day	Special
	Tavern	Other

**Tabela 1.** Categorias a nível de função ou local das bandas sonoras de *Oblivion* e *Skyrim*.

Assim, vários *mods* de música para estes videojogos são, por vezes, pensados apenas para uma ou mais destas categorias, o

(4) Última verificação destes dados realizada a 3 de Março 2017: <http://www.nexusmods.com/games/>?

que determina o próprio estilo de composição devido ao ambiente e função integrantes do mesmo.<sup>(5)</sup>

Relativamente ao primeiro título aqui abordado, *Oblivion*, na categoria «Audio, sound and music», entre 288 ficheiros,<sup>(6)</sup> 180 têm na sua descrição a palavra «music», o que permite filtrar a maior parte dos restantes *mods* que se focam em efeitos e ambientes sonoros (sons de armas, animais, água, vento, etc.). Ao colocar por ordem descendente de número de descarregamentos, os *mods* de música original que se destacam são os vários *Extra mp3 music pack* [categoria]<sup>(7)</sup> do utilizador Michikawa e o *mod Oblivion Symphonic Variations Music Suite*<sup>(8)</sup> do utilizador Tashin.

O primeiro ficheiro referido está dividido em *mods* consoante a categoria funcional a que as faixas estão dirigidas. Com cerca de 46 000 descarregamentos, o *3rd extra mp3 music pack Explore music* apresenta-se como «Extra music for Oblivion composed by a finnish composer Matti Paalanen. This zip contains 8 new explore tunes for your pleasure, consistent with the original soundtrack and Soule's style», pelo que está apenas destinado à função «explore». O segundo *mod* mais descarregado deste utilizador é a compilação para a categoria «Battle».

No percurso de investigação e realização da minha dissertação de mestrado, entrei em contacto com alguns autores de *mods* musicais para compreender as motivações, recursos, processos

---

(5) Estes dois títulos foram estudados noutra contexto académico a partir de um quadro semiótico, onde são focados os códigos e estereótipos compositivos das faixas das bandas sonoras devido à sua separação pelas categorias aqui explicadas. Recomenda-se a leitura do respectivo artigo nesse assunto. As categorias foram retiradas da wiki oficial e sistematizadas para o efeito: <http://www.uesp.net/wiki/Oblivion:Music> e <http://www.uesp.net/wiki/Skyrim:Music> (consultado em 30 de Novembro 2016)

(6) Última verificação do *site* e respectivas informações técnicas referidas no texto consultadas a 28 de Novembro 2016: <http://www.nexusmods.com/oblivion/mods/categories/>.

(7) <http://www.nexusmods.com/oblivion/mods/4191/>

(8) <http://www.nexusmods.com/oblivion/mods/11436/>

compositivos e percepções pessoais de diversos conceitos. Este utilizador é também o compositor referido na descrição, Matti Paalanen, que tem uma produção activa em *sites* e plataformas de partilha e venda de compilações de *stock music*. Ao contactar este compositor,<sup>(9)</sup> Paalanen refere que «I believed that the mods would offer positive and enjoyable experience for other players and enhance the original game» (Paalanen 2016) quando questionado acerca das suas motivações para a realização e composição de *mods* musicais. Entre as inspirações e influências vindas de compositores de videojogos como Jeremy Soule e Michael Hoenig, artistas como Mike Oldfield e Vangelis, e ainda «traditional soundtrack composers» como Hans Zimmer e Joe Hisaishi, Paalanen (2016) afirma que «I can't truly believe that any form of sound is in a sense "original" it is always based on something already heard», o que reforça a ideia da literacia musical proposta por Elferen. Com esta afirmação em mente, o compositor indica ainda que, relativamente à imersão:

Immersion is absolutely one of the main goals when I build a music mod. If the tunes have not been specifically built for the mod, I will hand pick and choose the existing tunes with immersion in mind. Will the tune with the style and atmosphere and scenery of the game and will it enhance instead of disrupt the sense of being there.

Usually the whole point of video games is immersion and every detail should be built with that goal in mind (*Idem*).

---

(9) Tanto para este compositor, como para os restantes citados neste artigo, foram realizadas entrevistas individuais abertas e directivas por e-mail compostas por dez questões.

O *mod Oblivion Symphonic Variations Music Suite*, disponibilizado pelo utilizador Tashin, é uma compilação de catorze faixas para diversos ambientes – exploração, cidade, batalha e *dungeons* – composta pelo mesmo cujo verdadeiro nome é Li-Hsin Huang, que, de acordo com a descrição, «is an orchestral music inspired by the original score, to blend into the game. Created to follow the style, instrumentation and spirit of Oblivion's soundtrack, and balanced to match the ambience». Com mais de 36 000 descarregamentos e uma edição remasterizada publicada em Abril de 2016 para celebrar o 10º aniversário do *mod*, Huang disponibilizou no YouTube um vídeo de compilação das faixas compostas para este ficheiro, no qual é possível verificar a utilização de instrumentação e texturas semelhantes, assim como o material melódico, a intercalar com as faixas da banda sonora original. Diversos comentários de utilizadores reforçam a ideia da qualidade do videojogo, de como a música é um elemento de ligação emocional entre os ambientes do universo e nostalgias pessoais, entre outros.<sup>(10)</sup>

O compositor afirma que o desenvolvimento da tecnologia de som, gravação e sintetização para computadores e música de videojogos foi um dos factores que o motivou para criar a sua própria música para um videojogo muito reconhecido, devido a esses recursos serem já acessíveis e utilizados em outros *mods* musicais. Uma outra componente para a sua inserção no meio de modificação foi devido à sua percepção pessoal de que:

---

(10) O vídeo e comentários podem ser visualizados aqui: [https://www.youtube.com/watch?v=0g1jZONQ\\_Jo](https://www.youtube.com/watch?v=0g1jZONQ_Jo) (consultado em 29 de Novembro 2016).

there was a gap in the ecosystem that I could fill. There seemed to be a lot of artists and programmers but few musicians/composers, so that was where I could make the most impact. [...] It was also a learning experience – I made sure that each piece was different enough from the previous ones to force myself to learn new techniques in composition, arrangement or MIDI orchestration (Huang 2016).

A formação pessoal e, muitas vezes, autodidacta por parte de muitos autores de *mods* é um dos fenómenos característicos da cultura de *modding* e da produção e transformação de conteúdos por parte de utilizadores *online* – a procura e, por vezes, a necessidade de construção de recursos e ferramentas para desenvolverem os seus materiais permite uma constante expansão de utilidades e informação neste meio. No caso de *mods* musicais, vários utilizadores afirmam que aprenderam por si ou tiveram formação prévia que, posteriormente, aprofundaram individualmente através da composição musical em *softwares* de edição e gravação musical.

Curiosamente, Huang desenvolveu uma resposta muito extensa e elucidativa da sua compreensão pelo conceito de imersão aplicado à música de videojogos que pode ser consultada no apêndice deste artigo. No entanto, os dois primeiros parágrafos resumem a maior parte do conteúdo da resposta e permitem uma breve análise e cruzamento com os restantes aspectos aqui explorados e reflectidos posteriormente nas observações finais:

For some people, the most immersive mod is the slide that turns off the music 😊 I can understand that but I think music can provide enhancement on top of other game features without being distracting. Whether

it increases immersion (for which I'll use the dictionary definition «state of being deeply engaged or involved») depends on both the style of music and player's taste. Regardless, I do think that music should not be continuous – periods of silence are very refreshing.

Most SFX mods try to make things consistent with the environment the player is in. Music is on a spectrum: on one end, I think of ambient tracks as an extension of SFX that reinforce the visuals and physical simulation. On the opposite end, melodic and thematic music works more as narrative immersion to build the world by describing it from a different perspective (*Idem*).

A perspectiva pessoal do compositor relativamente à música e respectivas componentes melódicos e temáticos em videojogos, como imersão narrativa, alia-se novamente à questão dos idiomas musicais associados primeiramente ao estilo que é veiculado na composição e ao conceito de «literacia musical» em produtos audiovisuais, tal como Paalanen reforçou. O imaginário de *Oblivion*, cuja música deveria ser um «[...] comment on the human condition and the beauty of life» de acordo com Jeremy Soule<sup>(11)</sup> e sua percepção como medieval – embora Huang afirme que «I've tried to avoid melodic and harmonic patterns that sound out of place. The TES games have modern romantic score and some people believe there is better immersion with medieval music» (Huang 2016) – é uma construção contemporânea do que seria considerado «medieval», utilizando sonoridades e instrumentos muito posteriores a essa época histórica e com claras influências

---

(11) Comentário pessoal do compositor no seu Facebook e referido na wiki do videojogo: <http://www.uesp.net/wiki/Oblivion:Music> (consultado em 29 de Novembro 2016).



do cinema e sagas «épicas», como já referido, principalmente do *O Senhor dos Anéis*.

No caso da instalação seguinte, *Skyrim*, os *mods* selecionados na categoria «Audio – SFX, Music and Voice» foram, por ordem, o *Additional Music Project*,<sup>(12)</sup> *Musical Lore (Soundtrack Mod by Nir Shor)*<sup>(13)</sup> e *Symphonies of Skyrim*.<sup>(14)</sup>

Relativamente ao primeiro *mod*, o utilizador/compositor evil-bluekoala/Arne Goyvaerts compôs sessenta faixas com cerca de quatro horas (03h43m53s) inseridas nas várias categorias e com quase 65 000 descarregamentos. É interessante notar que é um dos poucos *mods* em que o utilizador refere que:

As I'm trying to get some more work as a composer, and working my day job, so I haven't had the time to make new tracks. I'm not ruling out there won't be any in the future, but at this point it seems more likely I'll just wait for a new TES game to come out, if I can't make the professional side of this endeavor work out (Goyvaerts 2016).

Ou seja, como crê que não irá conseguir um emprego como compositor, irá provavelmente esperar pela próxima instalação de *The Elder Scrolls* (neste caso, a sexta) para compor novas músicas.

Enquanto *Oblivion* tem cerca de uma hora de música, a banda sonora total de *Skyrim* tem praticamente quatro horas, sendo que uma delas são apenas os efeitos sonoros dos vários ambientes (natureza, tundra, caves, florestas, etc.) e as restantes horas dividem-se em várias subcategorias, o que se reflecte, principalmente, na multiplicidade de *mods* de efeitos sonoros. Goyvaerts

---

(12) <http://www.nexusmods.com/skyrim/mods/28951/>

(13) <http://www.nexusmods.com/skyrim/mods/56083/>

(14) <http://www.nexusmods.com/skyrim/mods/34234/>

também compôs para *Oblivion*, embora os seus *mods* em *Skyrim* tenham mais visibilidade e descarregamentos. Nas perguntas trocadas por e-mail, o compositor afirma que o que o motiva para produzir *mods* é o facto de ser divertido, desafiante e sem preocupações porque «pode ser o seu próprio patrão», enquanto as suas principais influências são, como as dos vários compositores já aqui abordados, Jeremy Soule, compositores de videojogos como *Halo* (Martin O'Donnell), *Bioshock* (Garry Schyman), *World of Warcraft* (Russell Brower *et al.*), e no panorama do cinema John Williams, Danny Elfman e Hans Zimmer. Relativamente à imersão segundo a opinião de Goyvaerts, destaca-se que:

For me, immersion is pretty much all what gaming is about. The fact that these immersive experiences keep on getting better and better is probably the reason why I'm still gaming now that I've turned 30 this year. [...] good audio and sound design is kind of the icing on the cake that can make a good game great (*Idem*).

O terceiro *mod* referido, *Symphonies of Skyrim* – do utilizador/compositor Aarchduke/Tom Colebrooke e com cerca de 21 200 descarregamentos – adiciona 25 faixas que completam mais de uma hora de música no videojogo e que é o resultado (mais uma vez) da sua vontade pessoal de querer contribuir para um título que tanto o fascinou, afirmando que, sendo um compositor semi-profissional, «[...] pieces are of all genres, from epic booming battle ensembles to gentle woodwind exploration motifs».<sup>(15)</sup> Embora o compositor tenha respondido positivamente

---

(15) Todas as informações retiradas da descrição do *mod* na página respectiva: <http://www.nexusmods.com/skyrim/mods/34234/> (consultado em 30 de Novembro 2016).

à sua disponibilidade para responder às questões da entrevista por e-mail para a dissertação de mestrado, ainda não obtive resposta, pelo que não foi possível ainda observar a experiência pessoal do mesmo e cruzar com os restantes.

No caso do segundo *mod* na ordem mencionada, *Musical Lore (Soundtrack Mod by Nir Shor)*, com mais de 28 000 descarregamentos, o utilizador frustru/compositor Nir Shor é um nome activo no YouTube com mais de 3 000 subscritores devido aos vários vídeos de *covers* de músicas de bandas sonoras de filmes e videojogos que realiza para além de *mods* musicais que compõe.<sup>(16)</sup> A entrevista por e-mail tem funcionado por secções, o que significa que ainda só foram enviadas por parte de Shor quatro respostas, as quais indicaram desde já que era um jogador muito activo de *Skyrim* no computador e que não conseguiu evitar modificá-lo. Como já estava a compôr música há muito tempo notou que «[...] a few music mods that add music to the game but non that really stayed true to the games' real feel, so i downloaded the creation kit and thought i'd try to do myself» ([fustru] Shor 2016), embora não tenha desenvolvido mais esta questão. A justificação da sua motivação para compôr *mods* musicais é devido ao «The pure creative process [...] to tell a story or paint a picture using only sounds [...] music with words tell us what to feel [...] but making an emotional instrumental music that paints a mental picture is pure magic, and i love it» (*Idem*), o que não oferece muito espaço de discussão, sem ser o facto da atribuição romântica de etiquetas «emocionais» a música instrumental e à sua produção como um processo «mágico». Shor afirma ainda

---

(16) O seu canal de YouTube pode ser acedido aqui: [https://www.youtube.com/channel/UC\\_3ADRNMGJr5b9LozRNw3JQ](https://www.youtube.com/channel/UC_3ADRNMGJr5b9LozRNw3JQ) (consultado em 30 de Novembro 2016). Este canal deixou de estar activo após a data de consulta.

que ao ter começado a fazer *covers* de músicas para filmes e a disponibilizá-las no YouTube foi forçado a aprender composição e orquestração virtuais através de *softwares* musicais.

### Observações finais

Este artigo propôs examinar uma das plataformas mais utilizadas para a partilha deste tipo de ficheiros, que tipo de *mods* musicais existem e como são aplicados em dois videojogos específicos e extremamente reconhecidos.

Tanto no caso de *Oblivion*, como *Skyrim*, os *mods* eram descritos como ficheiros que adicionavam horas de músicas correspondentes ao estilo da música original e que se enquadravam no ambiente do videojogo, procurando assim a construção melódico-rítmica e orquestração semelhantes a cada área/ambiente no mesmo, exceptuando os casos de correspondência sonora a imaginários fantásticos – *viking* e *celta* – que propõem outras instrumentações.

Os compositores aqui referidos sentiram a necessidade e/ou vontade de compor e adicionar as suas próprias músicas para os videojogos de modo a contribuir para o universo em si, assim como, para a própria cibercomunidade associada ao *site Nexus*, notando a ausência de *mods* musicais e compositores. Nota-se também que, mesmo com alguma familiaridade musical prévia em meios distintos, investiram na sua própria formação em composição, orquestração e *softwares* para o efeito de modo a produzir no «idioma correcto» para o *mod*.

Em muitos *mods* o factor imersivo está inerente ou o próprio termo é utilizado, embora seja mais frequente em *mods* directa e exclusivamente associados a componentes áudio, paisagem

sonora e/ou efeitos sonoros – desde «melhores» sons relativos a armaduras, sons atmosféricos «imersivos» ou bardos que cantam melhor e caranguejos que praguejam. No entanto, de acordo com o modelo teórico «ALI» já explorado anteriormente, a música, respectivo processo composicional e a sua ligação com a imersão (não será parte da imersão em si?) são componentes percepcionadas pelos autores como:

- a música como um aspecto integrante de uma experiência inesquecível e necessária para a qualidade de um videojogo (em articulação com o *design* de som);
- a música como um factor de reforço da imersão;
- importância do estilo composicional para a narrativa;
- a imersão como um dos objectivos e componentes principais de qualquer videojogo.

Após as restantes respostas que faltam, e de modo a aprofundar o papel dos autores de *mods* musicais nestes dois videojogos na cibercomunidade do *site Nexus*, é necessário repensar o conceito de imersão aliado ao modelo proposto por Elferen e considerar o factor «real» ou «mais real» como uma componente integrante deste modelo no caso dos *mods* desta plataforma. O discurso veiculado pelos utilizadores neste meio refere-se a algo «mais imersivo» ao ser «mais real». O facto dos compositores procurarem que a música não quebre este aspecto, mas o reforce, e cujo estilo torne o videojogo «mais imersivo» é devido ao idioma musical utilizado para perpetuar diversos códigos compositivos de meios anteriores aos videojogos e à literacia musical de cada um. Este foi um dos objectivos principais na minha dissertação

de mestrado explorar e propor este conceito, inicialmente explorado no contexto deste artigo.

É possível afirmar também que, nesta era da cibercultura, as fontes primárias não passam só por livros, partituras, estudos, críticas, etc., mas pelas próprias discussões, comentários e todo o fervilhar de ideias e comunicações entre as pessoas que constituem tantos espaços e redes *online* que permitem abrir caminhos para novos temas de investigação, e, neste panorama académico, na musicologia. A forte presença e actividade constante dos utilizadores nos meios *online* – neste caso, no *site Nexus* – são componentes cruciais para esta investigação pelo facto do próprio objecto estar directamente associado com a produção pessoal e individual (ou em grupo) por parte dos mesmos. A fácil acessibilidade e *feedback* por parte dos compositores é um dos focos principais desta investigação e permitiu a realização não só deste artigo, como da dissertação de mestrado, o que leva a reflectir sobre a cultura participativa na própria academia não só entre académicos, investigadores e estudantes, como também de múltiplos agentes que integram os meios em que operamos, comunicamos, trabalhamos e somos activos.

## Referências

- Collins, Karen. 2008. *Game Sound: An Introduction to the History, Theory, and Practice of Video Game Music and Sound Design*. Cambridge – Massachusetts: MIT Press.
- Collins, Karen. 2013. *Playing with Sound: A Theory of Interacting with Sound and Music in Video Games*. Cambridge – Massachusetts: MIT Press.
- Elferen, Isabella van. 2016. «Analysing Game Musical Immersion: The ALL Model». In *Ludomusicology: Approaches to Video Game Music*, editado por Michiel Kamp, Tim Summers, e Mark Sweeney, Genre, Music and Sound, 32–52. Sheffield, UK – Bristol, CT: Equinox Publishing.
- Ermi, Laura, e Frans Mäyrä. 2005. «Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion.» In *DiGRA '05 - Proceedings of the 2005 DiGRA International Conference: Changing Views: Worlds in Play*, 15–27. Editado por Suzanne de Castell and Jennifer Jenson. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/06276.41516.pdf>.
- Goyvaerts, Arne [evilbluekoala]. 2016. Entrevista por e-mail por Joana Freitas.
- Grau, Oliver. 2003. *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. Cambridge – Massachusetts: MIT Press.
- Huang, Li-Hsin [Tashin]. 2016. Entrevista por e-mail por Joana Freitas.
- Jenkins, Henry. 2008. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Juul, Jesper. 2005. *Half-Real: Video Games Between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge – Massachusetts: MIT Press.
- Kücklich, Julian. 2005. «FCJ-025 Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry.» *The Fibreculture Journal, Precarious Labour* 5 (Dezembro). <http://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precious-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>.
- Mugge, R., Hendrick N. J. Schifferstein, e Jan P. L. Schoormans. 2010. «Product Attachment and Satisfaction: Understanding Consumers' Post-purchase Behavior.» *Journal of Consumer Marketing* 27/3:271–282.
- Paalanen, Matti [Michikawa]. 2016. Entrevista por e-mail por Joana Freitas.
- Poor, Nathaniel. 2014. «Computer Game Modders' Motivations and Sense of Community: A Mixed-Methods Approach.» *New Media & Society* 16/8:1249–1267. [doi:10.1177/1461444813504266](https://doi.org/10.1177/1461444813504266).
- Postigo, H. 2008. «Video Game Appropriation through Modifications: Attitudes Concerning Intellectual Property among Modders and Fans.» *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 14/1:59–74. [doi:10.1177/1354856507084419](https://doi.org/10.1177/1354856507084419).
- Salen, Katie Tekinbaş, e Eric Zimmerman. 2003. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge – Massachusetts: MIT Press.
- Sihvonon, Tanja. 2011. *Players Unleashed! Modding the Sims and the Culture of Gaming*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

---

## Apêndice: Entrevistas

### evilbluekoala | Arne Goyvaerts

30 de Outubro 2016

#### 1. How did you get involved in the modding community, such as an user/player and as a modder yourself? Why?

I have only started using mods for TESIV: Oblivion. The first mods I used were companion mods and gameplay overhaul mods. It was only later I came up with the idea of writing music inspired by the game. Not long after that I noticed I could make the music appear in the game itself by just swapping around and renaming mp3's in the right folders. Then I uploaded it all to the Nexus and there: I had my first contribution to the modding community :).

#### 2. What motivates or motivated you to make mods, specifically music mods?

It's fun, challenging and fairly hassle-free (mainly because I get to be my own boss :))

#### 3. Concerning the original music mods – music composed specifically for this effect – what's your previous formation that enabled your musical composition? Are you a professional composer, an amateur, self-taught, something else? Did you invest in that formation to compose for the games or did you use those previous tools for the mods you created?

I'm primarily self-taught. I did do 4 years of jazz guitar, but that formation is kind of far apart from arranging for an orchestra. I had limited training on the piano when I was about 10 years old, but I was always to preoccupied trying to create stuff on my own. That being said, I have rather limited theoretical knowledge and my reading skills are quite awful because of the lack of motivation of learning it properly...

Orchestral arrangement I kind of picked up by reading books and listening to orchestral music for hours on end. So I'd label myself more of an enthusiast who does all this for the fun of it. Technically composing is a 'second job' for me, but that only happened because of how the tax system in Belgium forces you to label it as an official occupation if you earn more than 1.000 euros per year doing it.

#### 4. What resources did you use to compose? (this includes literally everything you worked with to compose and build the mod(s), like musical softwares, recordings, modding tools, etc.)

As music mod is actually just a collection of music files (mp3/ogg/wav) the only tools were the music production tools. For me that means Cubase as my DAW, various virtual sound libraries or VSTs like East Weast Quantum Leap Orchestra Platinum, convolution reverb effects, mastering effect Ozone to name a few.

#### 5. Do you have any sheet music/written registration of the music you composed? If so, is it possible for you to put any of them available for me to proceed to some musical analysis and use them as attachments in my dissertation? (with all the identifications, copyrights, thank you notes, etc.) If you do help me with this part, we can always discuss what sheet music tracks are more important for me that you can 'borrow'. 😊

I have to disappoint you on that one. I used to have rough sketches of the songs lying around, but once they are fleshed out and recorded in Cubase, I don't keep them...

#### 6. From what previous musical materials (such as, for example, the original scores from *The Elder Scrolls IV: Oblivion* and *The Elder Scrolls V: Skyrim*) did you get any



ideas, inspiration, etc. to compose music for your mods?

When I wrote the Additional Music Project the scores for Oblivion and Skyrim were obvious influences. Other scores that made a deep impression on me are the *Halo* series, *Bioshock* series, *World Of Warcraft* and *The Witcher* series. I turn to John Williams' scores quite often because he's still my big hero when it comes to writing an arranging. Other composers I like are Alan Silvestri, Danny Elfman, Thomas Newman and Hans Zimmer.

**7.** The term/concept of *immersion* is very recurrent and present in multiple mods, even the ones in the category of *Audio, Sound and Music* for *TES IV: Oblivion* and *Audio - SFX, Music and Voice* for *TES V: Skyrim*. What do you understand by immersion and what's your opinion on the discourses concerning music mods about the improvement of this concept and even the game(s) through the music composed for those mods? Do you also share those ideas?

For me immersion is pretty much all what gaming is about. The fact that these immersive experiences keep on getting better and better is probably the reason why I'm still gaming now that I've turned 30 this year. I grew up playing point and click adventures from Lucasarts, then FPS came along with *Doom* and *Quake*, and as I got older I got into RPG's. If you take the evolution of FPS as an example, the first *Doom* game was incredible when it came out. You'd run around fighting off the forces of Hell, completing levels and looking for secrets. Fast forward to *Call Of Duty: Modern Warfare* many years later, where you pretty much play through a Michael Bay movie. The first time you experience such a thing it completely blows you away. Now of course, after the 10th sequel or whatever,

it gets old and dragged out for the sake of making money. But the point is that these experience get more intense, captivating and immersive. Then good audio and sound design is kind of the icing on the cake that can make a good game great. Prime example of this is *The Witcher 3: Wild Hunt*. That game was pure craftsmanship from the writing, the graphics, the gameplay, the acting, the sound and the music on down it was just a complete, unforgettable experience. And now with VR popping up around the corner, immersion is about to be taken to yet another level.

**8.** How does the process of uploading and sharing the musical mods you put on the Nexus site occur? Your *Additional Music Project (Skyrim)* mod has more than 60k downloads and the *Additional Music Project I, II and III (Oblivion)* mods have more than 10k downloads. How did you 'advertise' your mods and gained visibility (= downloads, endorsements, likes, etc.)?

I never really advertised my mods in any way. The succes of Additional Music Project was just a result from user-to-user communication and the rating (endorsement) system. I had also put up AMP on Steam and there it was the top rated mod for about 3 weeks. That of course helped a lot for this mod to get some traction. I had also made the habit of putting all the tracks up on YouTube so people could check them out, I guess that helped as well.

**9.** What's your perspective on the role of the cybercommunity in the Nexus sites and forums? Do you also use other social networks to promote your work as a composer for games and/or other mediums? I love the fact that something as Nexus exist because it offers all kinds of people to share

their work and get feedback. So for me it's kind of invaluable, because without the community I would have never been able to share my music with so many people. There was also a particular nice guy on the forums who explained to me how I needed to use the Creation Kit, in order for me to get my music working in the game. So without Nexus and the community, the only persons to have heard my music would be my parents and close friends or something :).

As for social network sites: Facebook, SoundCloud, Bandcamp and YouTube.

**10.** Giving that the practice of modding is essentially a complex interaction between users, players, modders, etc., and that a practically all of the material is produced for free for specific games, do you ever expect to earn anything else besides downloads, users' feedback, endorsements, *online* visibility, etc.? Many modders discuss not the possibility of gaining any money but a place in the industry, for example. What are your thoughts on this phenomenon?

I'm quite sure I don't have what it takes to truly be a part of the gaming industry. I don't like stressy environments, pressure and I like the fact that I have plenty of spare time to do other things. If you want to be a composer, you need to be willing to live the life of a composer and so far I've been perfectly comfortable not living that kind of life. Making AMP has given me some opportunities and I am technically a part time composer now, but I'd like to keep things very small and cosy in the time to come. As to earning money, people have been kind in donating or purchasing work I've made, which is always a nice way to know you're work is appreciated. But it's true that modding is not something that will get you a living, but can act as a gateway

to getting into a very crowded industry. I think this is a very good evolution, giving people the tools to prove themselves and be able to surprise even the most respected industry veterans. For me it's all just fun and games, really :).

### fustru | Nir Shor

6 de Novembro 2016

**1.** How did you get involved in the modding community, such as an user/player and as a modder yourself? Why?

I was a very active PC Skyrim player and I couldn't avoid modding it, and I was already composing music for a long time before hand so I saw a few music mods that add music to the game but non that really stayed true to the games' real feel, so I downloaded the creation kit and thought I'd try to do so myself.

**2.** What motivates or motivated you to make mods, specifically music mods?

The pure creative process... to tell a story or paint a picture using only sounds... music with words tell us what to feel... but making an emotional instrumental music that paints a mental picture is pure magic, and I love it.

**3.** Concerning the original music mods – music composed specifically for this effect – what's your previous formation that enabled your musical composition? Are you a professional composer, an amateur, self-taught, something else? Did you invest in that formation to compose for the games or did you use those previous tools for the mods you created?

I am all self-taught, I have been listening to soundtrack music ever since I was a kid, and then at the age of sixteen I've gotten my first electric guitar.

Then I decided to play my favorite movie soundtracks and then I started to upload them to YouTube... this forced me to learn virtual orchestration and composing using musical software. I did at later time also studied music in both a classical establishment and a Jazz Institute so I came prepared for this mod.

**4. What resources did you use to compose? (this includes literally everything you worked with to compose and build the mod(s), like musical softwares, recordings, modding tools, etc.)**

For the mod I used Cubase and a lot of other VST software and various instruments (Instruments by Native instruments, Spitfire, La Scoring Strings, Cinematic Strings and many more), also recorded some of the instruments at home including bowed instruments and flutes for the mod. And I used Bethesda's creation kit to create the mod itself.

### **Michikawa | Matti Paalanen**

20 de Outubro 2016

**1. How did you get involved in the modding community, such as an user/player and as a modder yourself? Why?**

I've played computer games since I was a kid. Hence the gaming community has been very big part of my life. The concept of creating mods for favourite games derived quite naturally from the gaming experience and having the skills to create them.

**2. What motivates or motivated you to make mods, specifically music mods?**

Originally I decided to create mods for publicity sake. It was one of the natural ways for me to get more listeners and visibility for my music projects. Of course the other

### **JOANA FREITAS**

ÁUDIO E IMERSÃO EM *ELDER SCROLLS*: CO-CRIAÇÃO, PARTILHA E INTERACÇÕES NA CIBERCOMUNIDADE, NO SITE NEXUS MODS

side of the coin was that I believed that the mods would offer positive and enjoyable experience for other players and enhance the original game.

**3. Concerning the original music mods – music composed specifically for this effect – what's your previous formation that enabled your musical composition? Are you a professional composer, an amateur, self-taught, something else? Did you invest in that formation to compose for the games or did you use those previous tools for the mods you created?**

I'm a self-taught composer/musician but have practiced music from early childhood. One can say that I do seem to have certain talent for it. Soundtrack music has always been one of my favourite genres and it was also one of my main genres I wanted to be able to produce in my home studio. It was quite natural to use this for mod creation as well. I didn't really have to invest anything extra for mod creation, the tools and skills I had so far allowed me to create that kind of content straight away.

**4. What resources did you use to compose? (this includes literally everything you worked with to compose and build the mod(s), like musical softwares, recordings, modding tools, etc.)**

As music mod is actually just a collection of music files (mp3/ogg/wav) the only tools were the music production tools. For me that means Cubase as my DAW, various virtual sound libraries or VSTs like East Weast Quantum Leap Orchestra Platinum, convolution reverb effects, mastering effect Ozone to name a few.

**5. Do you have any sheet music/written registration of the music you composed? If so, is it possible for you to put any of them**

available for me to proceed to some musical analysis and use them as attachments in my dissertation? (with all the identifications, copyrights, thank you notes, etc.) If you do help me with this part, we can always discuss what sheet music tracks are more important for me that you can 'borrow'. 😊 I don't have any sheet music available as it is as all of the music is straight produced by recording MIDI sequences with keyboard to tracks. I might be able to export some form of sheet music from some projects, but it would require some manual work and I can't promise anything.

However, if there is for example some distinct tune you'd like to have I can investigate and get back.

**6.** From what previous musical materials (such as, for example, the original score from *The Elder Scrolls IV: Oblivion*) did you get any ideas, inspiration, etc. to compose music for your mod?

As a musician I believe strongly that all the music one hears throughout ones life is automatically an inspiration and source of ideas. I can't truly believe that any form of sound is in a sense 'original' it is always based on something already heard. However, many of my tunes were influenced more strongly by original score by Jeremy Soule, especially the soundtrack from *Morrowind*. Also Baldur's Gate soundtrack by Michael Hoenig and more traditional recording artists such as Mike Oldfield, Dead Can Dance and Vangelis are main sources. From traditional soundtrack composers my favourite ones are such as Hans Zimmer, Taku Iwasaki, Joe Hisaishi and Taro Iwashiro.

**7.** The term/concept of *immersion* is very recurrent and present in multiple mods, even the ones in the category

of *Audio, Sound and Music for TES IV: Oblivion* and *Audio - SFX, Music and Voice for TES V: Skyrim*. What do you understand by immersion and what's your opinion on the discourses concerning music mods about the improvement of this concept and even the game(s) through the music composed for those mods? Do you also share those ideas?

Immersion is absolutely one of the main goals when I build a music mod. If the tunes have not been specifically built for the mod, I will hand pick and choose the existing tunes with immersion in mind. Will the tune with the style and atmosphere and scenery of the game and will it enhance instead of disrupt the sense of being there.

Usually the whole point of video games is immersion and every detail should be built with that goal in mind.

**8.** How does the process of uploading and sharing the musical mods you put on the Nexus site occur? Your *4 Extra (mp3) music packs* mods have, in total, almost 150k downloads. How did you 'advertise' your mods and gained visibility (= downloads, endorsements, likes, etc.)?

Funny thing is I didn't really advertise them that much. I only posted some publication threads on the mod forums quite soon after the game was released and it sort of got organic traffic from there. The popularity was quite a surprise for me. I guess I was in the right place at the right time. Back then not too many people were producing and publishing music on the internet that much, it was before SoundCloud and such sites. Also soundtrack music is definitely one of the more minor genres, usually people with home studios aim to create electronic dance music or some other billboard stuff. Soundtrack music is sort of a niche category. Usually only professional composers

produce it and they always produce it for something that's been ordered instead of for just fun of it.

So basically I haven't had much to do at all regarding the amount of traffic they have gained.

**9. What's your perspective on the role of the cybercommunity in the Nexus sites and forums? Do you also use other social networks to promote your work as a composer for games and/or other mediums?**

Especially the modding community seemed really positive and constructive.

I have been quite lazy with social media promotion. I do have twitter and some Facebook accounts, but they haven't really gained too much momentum.

As I am not a professional composer, I don't like to put too much time into it. I first and foremost like to invest all the extra time to studio and producing new stuff.

**10. Giving that the practice of modding is essentially a complex interaction between users, players, modders, etc., and that a practically all of the material is produced for free for specific games, do you ever expect to earn anything else besides downloads, users' feedback, endorsements, online visibility, etc.? Many modders discuss not the possibility of gaining any money but a place in the industry, for example. What are your thoughts on this phenomenon?**

I've tried to find the balance between "just doing it for fun and free" and "gaining some income from the music". The mods themselves I've thought to be something that I'll probably never make money out of, they are there just for getting my music spread around and give positive things for other people.

However, it does have some income effect as well, as my main business when it comes

to music nowadays is selling licences via royalty free stock music sites and also by gaining income from the YouTube Content ID system.

The mods do give me some referral links to my stock music portfolios and also some gamers have been kind enough to allow me to gain some ad income from their lets play YouTube videos.

But if I'd aim for professional career in soundtrack music production I'd definitely try to use the mods as a spearhead with which I'd try to get a place as a hired composer for some upcoming game.

### Tashin | Li-Hsin Huang

29 de Outubro 2016

**1. How did you get involved in the modding community, such as an user/player and as a modder yourself? Why?**

I was getting back into gaming after a long absence and *Oblivion* was the first game I bought. I was completely unaware of the modding community but discovered it while trying to max out the graphics, which lead me to try out a lot of other mods.

**2. What motivates or motivated you to make mods, specifically music mods?**

I became interested in game soundtracks back when PC synth sound cards were popular. I played with MIDI a little, thinking I could make creative use of the limited hardware and I imagined making music for games. But live synths soon gave way to pre-recorded music and at the time, I didn't have any hope of achieving that kind of quality and realism. Hearing the *Oblivion* music mods made me realize that the technology was now affordable to me, and I was captivated by the possibility of creating my own music for a top game.

I was also motivated because I felt there was a gap in the ecosystem that I could fill. There seemed to be a lot of artists and programmers but few musicians/composers, so that was where I could make the most impact. Most Oblivion music mods at the time used material from other projects and even the best of those had differences in character that left me unsatisfied. Though I didn't have the tools or experience, I had some ideas for extending the music in a way that nobody had done yet.

I continued adding to the mod over several years because I was interested in creating similar music anyway, and channeling it into the mod would make it more valuable and give people a reason to listen. It was also a learning experience – I made sure that each piece was different enough from the previous ones to force myself to learn new techniques in composition, arrangement or MIDI orchestration.

**3. Concerning the original music mods – music composed specifically for this effect – what's your previous formation that enabled your musical composition? Are you a professional composer, an amateur, self-taught, something else? Did you invest in that formation to compose for the games or did you use those previous tools for the mods you created?**

I'm an amateur and self-taught as far as composing and orchestration is concerned. I was taught to play classical piano which I still keep in practice, and the violin (which I was not very good at and gave up), and I took a general music course in school. I bought equipment and software specifically to compose for the mod.

**4. What resources did you use to compose? (this includes literally everything you worked with to compose and build the mod(s), like**

musical softwares, recordings, modding tools, etc.)

Hardware: basic MIDI controller, studio monitors (actually I started with old PC speakers, it's a miracle the earlier pieces were not a disaster), and my gaming PC. I worked through initial ideas using a digital piano and manuscript.

Software: Cubase sequencer, EWQL Symphonic Orchestra (various versions), Garritan Personal Orchestra, Synful Orchestra, various free plugins.

**5. Do you have any sheet music/written registration of the music you composed? If so, is it possible for you to put any of them available for me to proceed to some musical analysis and use them as attachments in my dissertation? (with all the identifications, copyrights, thank you notes, etc.) If you do help me with this part, we can always discuss what sheet music tracks are more important for me that you can 'borrow.'**

I don't have sheet music but I cleaned up a few projects and exported them to MIDI files – it will look very messy when converted to notation but maybe you can make sense of it. Let me know if you'd like more. You may see some short notes that appear outside the expected range, usually very low down – ignore these because they are switches used to change the instrument sample.

**6. From what previous musical materials (such as, for example, the original score from *The Elder Scrolls IV: Oblivion*) did you get any ideas, inspiration, etc. to compose music for your mod?**

I recently released a remastered version, and the readme file from that has a summary:

*Some are based on themes or ideas from game's original soundtrack by Jeremy Soule.*

- "Heartland Vista" is based on "Wings of Kynareth" (atmosphere\_07.mp3)
- "Legion's Rally" is constructed around a repeating bass line from the game intro "Reign of the Septims"
- "Emerald Paradise" is based on "King and Country" (atmosphere\_08.mp3)
- "Light from the Shadows" uses a theme from the intro as a counter melody
- "Tales and Tidings" is a variation on the Elder Scrolls theme

Some borrow from other sources:

- "The Forgotten Age" is based on "Recovery" from the Conan the Barbarian film soundtrack by Basil Poledouris.
- "Turn of the Tide" is based on "Lighting of the Beacons" from The Return of the King film soundtrack by Howard Shore.
- "Dawn Reflection" is based on "Daybreak" from Ravel's Daphnis et Chloe Suite No.2.

The old readme was very verbose because I just pasted what I wrote in the forum. Some people enjoyed the kind of behind-the-scenes commentary so I tried to make it interesting like a blog, but it had grown too long so I decided to omit it.

I'm also an anime fan so there are influences from there. In particular, "Cloudforest Awakening" was an attempt to capture the ambiances from Princess Mononoke (Joe Hisaishi), and "Vanguard's Assault" borrowed from the Escaflowne TV series (Yoko Kanno).

**7.** The term/concept of *immersion* is very recurrent and present in multiple mods, even the ones in the category of *Audio, Sound and Music for TES IV: Oblivion* and *Audio - SFX, Music and Voice for TES V: Skyrim*. What do you understand by immersion and what's your opinion on the discourses concerning music mods about the improvement of this concept and even the game(s) through the music composed for those mods? Do you also share those ideas?

For some people, the most immersive mod is the slider that turns off the music. 😊 I can understand that but I think music can provide enhancement on top of other game features without being distracting. Whether it increases immersion (for which I'll use the dictionary definition "state of being deeply engaged or involved") depends on both the style of music and player's taste. Regardless, I do think that music should not be continuous – periods of silence are very refreshing.

Most SFX mods try to make things consistent with the environment the player is in. Music is on a spectrum: on one end, I think of ambient tracks as an extension of SFX that reinforce the visuals and physical simulation. On the opposite end, melodic and thematic music works more as narrative immersion to build the world by describing it from a different perspective.

It's well known that musical cues override visual cues, e.g. a scene of a bright sunny day set to sad music will be perceived as sad. For an open-world game where the player could be doing anything, it's much safer to stay with ambient music that isn't too suggestive. However, for my mod, I landed firmly on the thematic side and there are several reasons.

Firstly, I'll admit that I'm just not good at ambient tracks with very loose structure. More importantly, the original score has a strong voice, which is partly explained by Jeremy Soule (interview summary at <http://www.uesp.net/wiki/Oblivion:Music>) saying that he wanted "to comment on the human condition and the beauty of life". I tried to build on the same subject and reflect those feelings. Finally, I wanted to compose somewhat memorable pieces that people can enjoy without the context of a game. I don't think it reduces immersion if the music is expressive in graceful way. It may color the scene differently but that can

result in pleasant combinations, e.g. an uplifting outdoors piece played while riding through a grey rainstorm still works. It all depends on the range of situations that the music is compatible with. Music that reinforces the visual environment may not be ideal – *Skyrim* was already cold and bleak, and its music made it even more so, which was a turn off for me. I think the game could be improved by making some of the music warmer and more inviting.

For another aspect of consistency, I think immersion is lost if the music style changes without good reason, so I've tried to avoid melodic and harmonic patterns that sound out of place. The TES games have a modern romantic score and some people believe there is better immersion with medieval music. I think that's effective in some scenes but in general I disagree – the romantic style is used widely because of its range of expression and ability to fuel imagination, so removing that also takes away much of the magic and fantasy.

A frequently seen word is "epic" by which the person probably means the kind of pretentious apocalyptic sounds of movie-trailers that I dislike in games, at least outside of cutscenes. If a music mod includes this word, I treat it with prejudice. 😊 Even for battles, music that overstates the player's predicament breaks immersion, and if they are indeed imperiled, maybe they'd prefer not to be pounded by the drums of doom while they struggle to survive. But music doesn't have to be excessive to be distracting. Certain melodies don't fare well when repeated continuously and become very annoying, which is a problem for games where music is tied to a certain area. I find this especially true with prominent vocals, which I think should be limited to important events. My preference is that whenever the player is in control,

music should have the "sharp edges" polished down, and if a single track must be repeated, it should be modest in its statements.

A limitation of *Oblivion's* music system was that it changed tracks abruptly and only more recent mods claim to address that. *Skyrim* had more dynamism with start and end cues, fades, ambient transition tracks, and levelled battle music. I think the next step in immersive music is the dynamic programming aspect to make it as seamless and contextual as a film soundtrack. As GPUs and VR push the visual and spatial boundaries, the music will seem increasingly jarring if the technology doesn't keep up.

**8.** How does the process of uploading and sharing the musical mods you put on the Nexus site occur? Your *Oblivion Symphonic Variations Music Suite [Oblivion]* mod has more than 35k downloads. How did you 'advertise' your mod and gained visibility (= downloads, endorsements, likes, etc.)?

Whenever I added a new track on the Nexus, I would just update the thread in the Bethesda game forum where I made the initial announcement. I didn't have the time or really the personality to self-promote further, so I just left it there and hoped that people are pleasantly surprised when they discover it. Note that 35k doesn't mean much for my mod, because there are multiple tracks in a master ZIP file that kept growing, so some people download it many times. But that was the only way to keep the thing manageable.

I've never asked for endorsements (I appreciate them of course!), I just hoped that if my work is good enough, there will naturally be enough endorsements to give it visibility. I realize that some mods are in a very crowded field, so perhaps I was just lucky that mine didn't get buried.



The thing that I find distasteful is anyone ripping other game or film music for a mod, and I'm disappointed to see lots of people liking that stuff. I'm happy to compete for visibility with legal content but it would be better if creators don't have to share the stage with bundlers.

**9. What's your perspective on the role of the cybercommunity in the Nexus sites and forums? Do you also use other social networks to promote your work as a composer for games and/or other mediums?**

Though I've had few interactions overall, I've had good experiences with people on the Nexus sites, they've been appreciative and respectful. I mostly haven't followed what people say except for posts made directly to my mod entry.

I have a YouTube account to hold music videos for the mods, but that's mainly to support the Nexus page. I recently joined SoundCloud and that was because I needed somewhere to put the lossless versions of the music. I also uploaded the music to opengameart.org because someone suggested it would help indie devs. Each site has attracted new fans, which is wonderful, but until I become more prolific with music, I find it quite awkward to go around promoting. It's just one of my hobbies at the moment and unfortunately I haven't found time for it recently, but if I start to take it more seriously and work on other projects, I'll make more of an effort.

**10. Giving that the practice of modding is essentially a complex interaction between users, players, modders, etc., and that a practically all of the material is produced for free for specific games, do you ever expect to earn anything else besides downloads, users' feedback, endorsements, online visibility, etc.? Many modders discuss not**

the possibility of gaining any money but a place in the industry, for example. What are your thoughts on this phenomenon?

I don't expect to earn anything besides recognition from mods, and I think they are just a great way to gain experience and a body of work for a showcase.

As a software engineer, I can certainly see that some mods are large and complex enough to be a game in itself, and demonstrating that you did the work can be a good reason for a company to hire you. I started out writing free software (somewhat like a mod) that was notable to my current employer and maybe that gave me a small advantage, but primarily it was the skills and knowledge I gained in the process. I applaud any modders who aspire to join the industry this way, but I should also note that working in industry is very different from creating free stuff. It's unlikely that you just do the same kind of thing and get paid a salary!

I'm skeptical that the complex web of the modding ecosystem can be fairly separated into free and paid mods. Mods are effectively open source but there are no companies willing to employ people to contribute, and technical feasibility may be too uncertain for crowdfunding. Some mod creators ask for donations but I expect very few get anything significant.

Regarding paid music mods, I noticed that Jeremy Soule sold official music packs for Guild Wars, and I'm curious if other composers have attempted something similar. But that game had DRM and without it, you'd have to crowdfund the composer for doing the work and I doubt a professional would need to resort to this. Short of getting a place in the industry, I think a valuable reward is if the game company offers some formal collaboration with top voted mod creators who are interested in that.

# 04.

# Digitalidades audiovisuais

---

# Minimal produtivo: a categoria «empresarial» nos sites de *library music*

JÚLIA DURAND

Uma breve exploração dos *sites* que vendem *library music* não tarda a destacar uma categoria transversal a todos eles: a categoria *corporate* – ou, adoptando uma tradução portuguesa, «empresarial». No curioso microcosmo de possíveis ambientes e situações narrativas que os *sites* de *library music* nos propõem, a secção dedicada a uma ideia de sucesso e produtividade empresarial é das que recebe mais atenção, tanto da parte da equipa do *site* como dos seus clientes. A sonoridade habitual das faixas de música arrumadas sob a etiqueta *corporate* indicia uma série de imaginários associados ao conceito de «empresarial», formados e sedimentados, em grande medida, por criações audiovisuais.

Tendo em conta a quantidade incomensurável de música que representa a *library music*, usada, por exemplo, em filmes de todo o tipo, é surpreendente que não tenha sido ainda alvo de estudos académicos aprofundados. Autores como Philip Tagg situam o início da prática de composição de *library music* nas compilações de música pré-existente surgidas nos anos 1910, destinadas ao acompanhamento do cinema mudo (Tagg 2007 [1982], 2). As companhias que, décadas depois, se especializaram na

composição de *library music* comercializaram-na sob o formato de CDs e LPs. Actualmente, contudo, a sua produção centra-se em *sites* da internet, com ficheiros descarregáveis digitalmente. Uma análise dos *sites* mais frequentados revela rapidamente que a maior parte das categorizações propostas é comum entre eles: por géneros musicais (blues, jazz, rock, tecno), instrumentação, género de produção (documentário, telejornais, para crianças, para promoção de empresas), e ainda, emoções, ambientes ou situações narrativas (acção, épico, comédia, terror, romântico).

Como aponta Tagg, a *library music* não é composta para sequências audiovisuais específicas, mas sim tendo em vista a sua possível utilização em várias produções diferentes, recorrendo assim a estereótipos rapidamente reconhecíveis (Tagg 2006), relacionados também com a sua classificação num catálogo. Dada a necessidade de serem, desde o início, «etiquetadas» de forma inequívoca e tipificada, as faixas de *library music* estão frequentemente permeadas de clichés musicais, com conotações reforçadas por inúmeros conteúdos audiovisuais. Aliás, várias das suas nomenclaturas possíveis apontam, de modo mais ou menos evidente, para a característica incontornável que é a sua organização por categorias: *stock music*, *catalogue music*, *mood music*, *canned music*.<sup>(1)</sup> Seja com a ideia de catálogo, de arquivo ou biblioteca, ou ainda de produto enlatado, estas alternativas à designação de *library music* remetem-nos para uma imagem de faixas mp3 meticulosamente etiquetadas e arrumadas nas devidas estantes. Para além disso, os termos *stock* e *canned music*

---

(1) A autora não segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Em Portugal não existe, na verdade, um termo uniformizado. A Van Music Publishing, representante da AudioNetwork em Portugal, utiliza o termo «música de livraria», numa tradução bastante questionável de *library music*.

evocam associações a um meio comercial e industrial; vão, assim, ao encontro dos juízos de valor negativos frequentemente feitos sobre este tipo de produção musical, vendo-a como uma mercadoria enlatada cujo único interesse é a possibilidade de poupar tempo e dinheiro.

A gestão de um *site de library music* rege-se, de facto, por lógicas e preocupações comerciais, algo que determina o tipo de categorias que serão oferecidas: citando um gestor de uma companhia de *library music*, «[...] “sadness” isn’t a very good category really because we don’t have much call for “sadness”» (Tagg 2007 [1980], 25). A afirmação de Tagg, nos anos 1980, de que as produções audiovisuais para indústrias constituem uma das principais fontes de rendimento da *library music* mantém-se actual. Para além disso, ter em conta o facto de que a maior parte das faixas de *library music online* são pensadas para produtos audiovisuais ajuda a elucidar os tipos de categorias existentes: ainda que tipificadas e relativamente iguais entre os *sites*, a sua variedade dentro dos próprios catálogos procura corresponder às possíveis necessidades narrativas dos clientes. Para Tagg, o facto de, tanto nos anos 1980 como actualmente, os principais clientes de *library music* serem empresas e canais televisivos (que procuram música para, por exemplo, produções com pouco financiamento) leva a que a música por eles usada seja «cheap and quick to produce or acquire, and [...] efficient and unequivocal in communicating the intended mood and connotations» (Tagg 2006, 163). A forte procura, por parte de empresas, de música para os seus vídeos promocionais elucidada a prevalência da categoria «empresarial» nestes *sites*.

Esses vídeos prendem-se, naturalmente, com preocupações por parte das companhias de projectar determinada imagem. A literatura académica sobre o conceito de identidade empresarial é já bastante desenvolvida (Obasan 2012; Balmer 2001; Balmer e He 2013; Van Riel e Balmer 1997; Iyamabo, et al. 2013) – e, tal como o apontam vários autores, esse conceito aplica-se também a entidades governamentais, ONGs e outros tipos de organizações (Obasan 2012, 127; Van Riel e Balmer 1997). À «identidade empresarial» juntam-se noções de imagem, cultura, comportamento e personalidade empresarial, e Balmer e He chegam mesmo a distinguir entre vários tipos possíveis de identidade: a real, a ideal ou planeada, e a comunicada (Balmer e He 2013, 406). Nos artigos científicos focados neste assunto, a «identidade empresarial» é ligada a uma gestão estratégica da reputação da empresa, tanto dentro como fora dela, fomentando uma imagem de credibilidade e integridade. Igualmente importante, no entanto, seria promover uma diferenciação da competição (Balmer 2001, 264; Obasan 2012, 127), destacando características como produtividade e empreendedorismo. Assistimos, assim, a uma proliferação de discursos centrados na ideia de originalidade e inovação – e que, desse modo, bastante ironicamente, deixam eles próprios de revelar grande originalidade ou inovação.

Essa identidade – que, para certos autores, constitui até o mais importante recurso de uma empresa (Iyamabo, et al. 2013, 30) – seria evidenciada, por exemplo, no comportamento dos seus membros, ou através de uma série de canais comunicacionais, entre eles os vídeos promocionais que utilizam, frequentemente, *library music*. É recorrente encontrar o conceito de identidade empresarial associado a uma personalidade humana idealizada,

numa personificação que recorre a adjetivos habitualmente aplicados a indivíduos (Obasan 2012, 128; Balmer 2001, 252).<sup>(2)</sup> Para além disso, os discursos em torno da identidade de uma empresa estão frequentemente imbuídos de uma ideia de heroísmo, proclamando uma missão a cumprir (Van Riel e Balmer 1997, 344; Iyamabo, et al. 2013, 39; Balmer e He 2013, 406). A par com estas aproximações de uma empresa a um indivíduo – e não um qualquer indivíduo: um herói – deparamo-nos com linguagens que nos remetem para um imaginário épico ou de um certo misticismo: seja com a ligação das actuais leis de marca registada às leis da heráldica, ou ainda, com a proposta de um modelo que estrutura a identidade de uma empresa nos três elementos de mente, corpo e espírito (Balmer 2001, 262).

É também interessante apontar que, nestes processos de construção de identidade, é prestada atenção, sobretudo, aos elementos visuais (por exemplo, com aspectos de *design* gráfico) (Van Riel e Balmer 1997, 340). Assim, é mencionada a necessidade de manter uma «voz» unificada em características como a cor, nome, logótipo e *slogan* (Otubanjo 2012, 5), mas, raramente, são referidos elementos sonoros (Balmer 2001, 267), como é o caso da música usada em vídeos promocionais.

Apesar de ser comum a opinião de que o uso de *library music* seria menos eficaz que o de uma composição original, pensada especialmente para um vídeo específico (Zager 2003, 111), a quantidade de música comercializada sob a categoria «empresarial» indicia que, contudo, este é um género de *library music* muito

---

(2) «The founder bears his personality on the firm which may be “leadership”, “strength”, and “vigour”, for instance» (Iyamabo, et al. 2013, 41); «Since people tend to “humanize” companies [...], corporate image may also include characteristics often attributed to humans such as “caring”, “friendly”, and “ruthless” and so on» (Obasan 2012, 128).

procurado e utilizado. Em entrevistas exploratórias, gestores da Audio Network e compositores da Cézame explicaram algumas particularidades da criação de *library music*. Cada álbum é encomendado pela companhia de *library music* a compositores por ela contratados – no caso de Audio Network encontramos, por exemplo, o álbum «Lifestyle, Corporate» e no que toca a Cézame, «Nu Corporate» ou «Enterprise on the Move», entre outros. Para dois compositores da Cézame, o objectivo seria o de «responder a “códigos musicais”». <sup>(3)</sup> Segundo eles, o processo assemelha-se ao da composição para filmes, contudo, teriam de se adequar a conceitos chave e não a imagens em movimento já existentes:

le principe de composition est exactement le même que pour tout support de musique à l’image, comme un film. La seule différence est qu’au lieu d’avoir un support visuel déjà donné, nous devons nous l’imaginer pour correspondre aux codes! (Compositores da Cézame, entrevista por e-mail, 11 de Julho de 2016)

Já a responsabilidade pelos elementos textuais associados às faixas – títulos, descrições e palavras-chave – recai sobre a equipa que gere o *site*. Uma entrevista realizada a um membro da Van Music Publishing (representante em Portugal da Audio Network) confirma que muitas das práticas de produção investigadas por Tagg, nos anos 1980, se mantêm relativamente inalteradas actualmente. Descrevendo o processo de funcionamento da Audio Network, refere que os compositores são contactados para comporem para categorias específicas do catálogo, quando

---

(3) «Le but étant de répondre à des “codes musicaux”» (Compositores da Cézame, entrevista por e-mail, 11 de Julho de 2016).



a empresa considera que estas deveriam ter mais escolha. Cada faixa colocada no *site*, juntamente com um título, é apresentada com uma breve descrição. Quando interrogado sobre o processo de decisão e escrita desses textos, realçou o facto da descrição ser importante do ponto de vista comercial: em poucas frases, o utilizador ficaria a saber se a música se adequaria ou não ao que procura. Foi também destacada a relevância das *tags*,<sup>(4)</sup> geridas pela equipa que administra o catálogo, de modo a agrupar as músicas segundo emoção, instrumentação, etc. Apesar dos compositores poderem sugerir palavras-chave específicas, estas poderão ser aceites ou rejeitadas pela equipa do *site*. Estas afirmações realçam, antes de mais, o quão incontornável é estudar a *library music* como uma produção conjunta, envolvendo um grande número de intervenientes, desde a encomenda de música para uma categoria específica à elaboração dos elementos textuais que a enquadram.

Assim, a decisão de intitular uma faixa musical de um inspirador «Nothing is Impossible», um empreendedor «Front Runner», ou ainda um categórico «Women in Power»<sup>(5)</sup> não parte dos compositores. Os compositores da Cézame entrevistados referem, aliás, que os títulos das suas faixas são sempre diferentes dos que foram por eles propostos inicialmente. O mesmo se aplica às palavras-chave: sucedem-se termos como «determinado», «destino», «confiante», «unificador», numa espécie de *bingo* do imaginário empreendedor.<sup>(6)</sup> Estes conceitos, aliás, aproximam-se

---

(4) Estas são, no fundo, palavras-chave ou «etiquetas» aplicadas às faixas e que permitem, através de um processo de código informático, que sejam sugeridas outras peças relacionadas com as que um cliente consultou.

(5) Títulos de faixas na *playlist* «Innovation» do *site* Cézame.

(6) Tagg aponta, aliás, que faixas sob as categorias «heróico» e «prestigioso» são frequentemente usadas em vídeos de empresas (Tagg 2007 [1980]).

perfeitamente dos títulos enunciados por Paul Mandell quando este se refere à *library music* destinada a empresas: «They cater to corporate bigwigs seeking to promote the right image with such trendy music packages as “Race to Achievement”, “Worforce”, “Industrial Panorama”, and “Look on the Bright Side”» (Mandell 2002, 169). Todos estes elementos textuais terão um peso não negligenciável na selecção efectuada pelos clientes de *library music* aquando da sua procura de música para um vídeo. Por exemplo, um anúncio da organização Secours Catholique recorre à faixa de Cézame «Nothing is Impossible»; não faria sentido rejeitar, logo à partida, a hipótese de que o título tenha influenciado a escolha dessa faixa em específico. Para um vídeo que se pretende inspirador e representativo de Secours Catholique, um título como «Nothing is Impossible» torna-se, possivelmente, mais adequado que uma alternativa como «Women in Power».

No que toca às sonoridades mais habituais na categoria «empresarial», são de salientar algumas tendências principais em termos tímbricos: uma instrumentação pop com a inevitável bateria, guitarra e baixo; timbres exclusivamente electrónicos (no caso das subcategorias como «futurista», no *site* da Audio Network); e uma combinação de piano e cordas friccionadas. Regra geral, em todos estes casos verifica-se um ritmo perfeitamente regular e escassas modulações harmónicas. Grande parte das faixas, em particular no caso de Cézame, constroem-se, sobretudo, através da repetição de fragmentos, encadeando-os de formas próximas às das técnicas minimalistas referidas por autores como Johnson (1994, 751), sem uma melodia extensa e desenvolvida. A definição de Johnson de uma técnica minimalista, aliás, assemelha-se ao que muitas vezes é considerado minimalismo musical em

geral: uma textura rítmica constante, com padrões repetitivos e pulsação estável; uma instrumentação contínua, sem grandes contrastes tímbricos; e uma sucessão relativamente simples de harmonias, sem linhas melódicas destacadas.

Se uns afirmam que o minimalismo já não existe enquanto prática corrente – «and good riddance, too» (Bernard 2003, 112) – outros, como McClary, falam da «ubiquidade do minimalismo na banda sonora das nossas vidas» (McClary 2007, 51), seja em publicidade ou em música ambiente. Estas duas perspectivas perdem um pouco do seu lado contraditório se tivermos em conta a distinção de Johnson entre minimalismo enquanto estética, estilo ou técnica: o minimalismo como *estética* já não seria, de facto, tão cultivado como aquando do seu surgimento, o minimalismo como *técnica*, no entanto, estaria vivo e de boa saúde em diferentes géneros musicais. Para além disso, Bernard aponta: «Minimalism strictly construed – whether as an aesthetic orientation or as a closely related group of styles – has vanished, yet its effects on present-day music are widespread and undeniable» (Bernard 2003, 130). É igualmente relevante mencionar, dada a prevalência de técnicas minimalistas na *library music* «empresarial», a posição de Robert Fink: este encara o minimalismo como enquadrado na sociedade capitalista e consumista na qual surgiu, e não, contrariamente às associações que lhe são feitas com frequência, como um estilo «desligado» desta, «meditativo» ou «de transe» (Fink 2005).

Rebecca Eaton tem vindo a explorar o uso de minimalismo na música para filmes de ficção, debruçando-se sobre as suas associações recorrentes a determinadas narrativas e personagens (Eaton 2008). Segundo Eaton, as bandas sonoras com minimalismo

teriam começado a surgir sobretudo nos anos 1980, sendo que, cerca de uma década depois, esse estilo se teria «diluído» através do uso de técnicas minimalistas juntamente com outras práticas mais convencionais na música para cinema. Como o aponta a autora, este fenómeno é acompanhado de grandes sucessos de vendas destas bandas sonoras isoladamente, enquanto álbuns (Eaton 2008, 93), particularmente desde que Philip Glass começou a compor para o cinema. Aliás, os efeitos de acumulação característicos da sonoridade de Glass têm já ecos em tantos produtos audiovisuais que chegam a ser usados como sinónimo para «bandas sonoras minimalistas» (Eaton 2008, 88). Com essa forte popularidade, vemos aproximações mais ou menos deliberadas a essa sonoridade «glassiana», a par com críticas que a consideram como sendo mero recheio, com fórmulas gastas de tríades arpejadas e terceiras «ondulantes» (Adlington 1994, 164).

A *library music* «empresarial» não escapa a essa tendência. Várias das suas faixas têm progressões harmónicas breves e reiteradas, uma instrumentação contínua sem contrastes tímbricos, uma pulsação estável, e fragmentos ou padrões repetitivos e insistentes. Um segundo compositor da Cézame afirma numa breve entrevista que, para essa categoria, esta lhe pediu «músicas positivas» e «repetitivas», tendo-se para isso baseado em Reich, Nyman e Glass:

Oui, Cézame m'a commandé spécialement des musiques pour l'album «Enterprise on the Move». Cézame envisagait d'enregistrer des cordes, des cuivres et des bois [...] Il s'agissait d'écrire des musiques positives, aériennes dans le style «corporate» et répétitives (Segundo compositor da Cézame, entrevista por e-mail, 28 de Julho de 2016).

Ao longo das entrevistas aos compositores da Cézame, não houve da sua parte uma preocupação de questionamento das sonoridades que a companhia considerava adequadas de incluir nas diferentes categorias e, mais especificamente, na categoria «empresarial». As imagens, narrativas e emoções ligadas às categorias de *library music* são frequentemente vistas como algo de natural e imediato, e não como associações reforçadas e naturalizadas ao longo de décadas de produções audiovisuais. Assim, é raro que as suas categorizações sejam questionadas, ou que se procure interrogar o processo que lhes deu origem, havendo antes uma tendência para as ver como algo de espontâneo e evidente.

A sonoridade estática e repetitiva das técnicas minimalistas tornou-se, ela própria, carregada de conotações, evidenciadas nos inúmeros produtos cinematográficos e televisivos onde está presente. As associações mais frequentes do minimalismo em filmes, destacadas por vários autores, prendem-se, sobretudo: com uma mente genial, realizando, por exemplo, grandes feitos matemáticos; e com processos mecânicos e insistentes, como uma rotina ou o funcionamento de máquinas (Suzuki 2013; Fink 2005; Eaton 2008) – Fink chega mesmo a tecer analogias entre o minimalismo e processos industriais como linhas de montagem (Fink 2005, 160). Eaton dedica, aliás, um capítulo da sua tese ao «minimalismo e a máquina», e outro ainda ao «minimalismo e o génio matemático». De *A Beautiful Mind* (2001) a *The Immitation Game* (2014), são vários os filmes que recorrem a técnicas minimalistas para musicar momentos de grande inspiração e génio – uma associação que se torna particularmente aliciante em vídeos que pretendem transmitir as qualidades inovadoras e empreendedoras de uma empresa.

Esta sonoridade minimalista, numa acumulação de padrões repetitivos, encontra-se em vídeos promocionais tão distintos quanto os da Global Entrepreneurship Summer School, da segunda edição de Les Journées Particulières,<sup>(7)</sup> de Bristol enquanto European Green Capital de 2015 ou do Prémio Inovação NOS,<sup>(8)</sup> formando, em todos estes casos, um fundo sonoro sobre o qual se sobrepõe uma voz-off. As associações frequentes, em filmes de ficção *mainstream*, entre técnicas minimalistas e um personagem genial, um momento iluminado de acção ou uma insistência mecânica transpõem-se muito eficazmente para o imaginário que a *library music* «empresarial» procura transmitir. É provável que o uso recorrente destas sonoridades para evocar a «missão» e o empreendedorismo heróico que várias organizações idealizam decorra, em parte, de influências das bandas sonoras do cinema de ficção *mainstream*. Essa noção de um propósito épico encontra-se também no uso de clichés musicais presentes em filmes de acção: por exemplo, um vídeo sobre o dia final do GESS 2015 é encenado com um acumular de tensão musical que seria perfeitamente expectável no clímax de um filme de espionagem.<sup>(9)</sup> A par com isso, deparamo-nos com a afirmação de compositores da Cézame de que, para uma das suas faixas «empresariais», se inspiraram de uma composição de Hans Zimmer para o filme *Angels & Demons*.<sup>(10)</sup>

Já foram realizados estudos sobre o uso de música em publicidade, lojas, e até mesmo escritórios (North e Hargreaves 2006),

---

(7) Retirado de <http://www.cezame-fle.com/synchros/20/synchro-corporate.html> a 23 de Julho de 2016.

(8) Retirado de <http://www.nos.pt/empresas/Pages/premioinovacaonos.aspx> a 23 de Julho de 2016.

(9) Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=9N5MLIhoq7s> a 23 de Julho de 2016.

(10) «nous nous étions inspirés d'un morceau que nous affectionnons particulièrement : "160 bpm" de la BO "Ange & Démons" signée par Hans Zimmer» (Compositores da Cézame, entrevista por e-mail, 11 de Julho de 2016).

mas está ainda em falta uma exploração aprofundada do modo como a música é recrutada para ajudar a moldar a imagem de uma empresa – já para não falar da escassez de estudos focados nos diversos aspectos da *library music* em geral. Dado o seu lugar preponderante na actividade profissional de vários músicos e a sua presença muito frequente em produtos audiovisuais consumidos por inúmeros espectadores, torna-se particularmente preocupante constatar a ausência de investigações académicas sobre a produção e utilização de *library music*. Se, em 1987, Claudia Gorbman aplicava o termo «unheard melodies» à música do cinema *mainstream* de Hollywood, é pertinente perguntar se, actualmente, essa expressão não será ainda mais adequada para descrever a *library music*: «unheard» não apenas no sentido pretendido por Gorbman, de passar em grande parte despercebida junto dos espectadores, mas igualmente por a sua produção e utilização não ser mencionada e discutida. Esse questionamento ganha uma importância redobrada quando nos confrontamos com a quantidade de *library music* utilizada em vídeos promocionais de empresas e organizações.

Existe, de facto, uma produção significativa de vídeos dedicados não à transmissão de informações específicas, mas sim à imagem geral ambicionada por uma companhia (Zager 2003, 113), tal como existem compositores especializados na categoria «empresarial» de *library music*. É aliás interessante apontar que, na verdade, «empresarial» é uma categoria generalizadora e redutora quando temos em conta a variedade de organizações que a ela recorre para opções musicais. No entanto, essa categoria simplificada torna-se mais compreensível no contexto da *library music* e da sua dependência de classificações sinópticas, orientadas por imaginários estereotipados – o que ajuda a

elucidar os títulos estratosféricos das faixas em *sites* como Premium Beat: «Working Solutions», «Inspired», «Progress», «We're Taking Off», «Flying», «I See You From The Clouds», «To The Sun», qual Ícaro empreendedor.

A ligação entre estas faixas musicais e os objectivos comerciais de empresas pode revelar-se uma verdade inconveniente, sobretudo para perspectivas oitocentistas que encaram qualquer tipo de criação musical como devendo ter uma pureza incontaminada por interesses financeiros. Contudo, citando North e Hargreaves, «why should music be regarded as a “special case”? Indeed, it may be the case that music functions in fundamentally the same manner as do other forms of marketing» (North e Hargreaves 2006, 118). A produção acelerada de *library music* pode levar-nos a perguntar: na verdade, porque não se estariam a formar e sedimentar clichés musicais do «empresarial» e «empreendedor»? As faixas classificadas segundo a categoria *corporate* indiciam uma série de narrativas idealizadas, associadas a um imaginário empresarial mitificado. Essas associações estão também presentes nos títulos, descrições e palavras-chave das faixas, que frequentemente não são escolhidas pelos compositores, apesar de poderem influenciar a selecção feita pelos clientes – um processo de selecção que se guia de modo determinante pelas categorias apresentadas no *site*.

Aliás, as categorias presentes nos *sites* de *library music* são um reflexo e, simultaneamente, um reforço de convenções musicais e narrativas presentes em produções cinematográficas e televisivas. Ao revelar um elevado grau de standardização e cristalização entre eles – independentemente da localização geográfica dos seus gestores e compositores – os catálogos dos diferentes



*sites* posicionam as suas categorias como um reflexo de um imaginário audiovisual colectivo cada vez mais disseminado. A própria existência de uma categoria «empresarial» na *library music* evidencia, no fundo, uma certa contradição: ainda que o «pensar fora da caixa» se tenha tornado um importante mantra da criatividade empresarial e do empreendedor, a procura de *library music* para vídeos promocionais orienta-se, na verdade, por caixas cuidadosamente etiquetadas.

## Referências

- Adlington, Robert. 1994. «Through a Glass Darkly.» *The Musical Times* 135:164–165.
- Balmer, John M. T. 2001. «Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Marketing: Seeing Through the Fog.» *European Journal of Marketing* 35:248–291.
- Balmer, John M. T., e Hong-Wei He. 2013. «A Grounded Theory of the Corporate Identity and Corporate Strategy Dynamic.» *European Journal of Marketing* 47:401–430.
- Bernard, Jonathan W. 2003. «Minimalism, Postminimalism, and the Resurgence of Tonality in Recent American Music.» *American Music* 21:112–133.
- Cézame. 2016. «Synchros.» Consultado em 23 de Julho. <http://www.cezame-fle.com/synchros/20/synchro-corporate.html>.
- Eaton, Rebbeca. 2008. «Unheard Minimalisms: The Functions of the Minimalist Technique in Film Scores.» PhD diss., University of Texas.
- Fink, Robert. 2005. *Repeating Ourselves: American Minimal Music as Cultural Practice*. California: University of California Press.
- Global Entrepreneurship Summer School. 2015. «GESS 2015: Final Day.» Consultado em 23 de Julho de 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=9N5MLlhoq7s>.
- Iyamabo, Jeremiah, Seyi Owolawi, Olutayo Otubanjo e Tosin Balogun. 2013. «Corporate Identity: Identifying Dominant Elements in CI Models.» *Journal of Management Research* 5:28–43.
- Johnson, Timothy A. 1994. «Minimalism: Aesthetic, Style, or Technique?.» *The Musical Quarterly* 78:742–773.
- Mandell, Paul. 2002. «Production Music In Television's Golden Age.» In *Performing Arts: Broadcasting*, 148–169. Washington: The Library of Congress.
- McClary, Susan. 2007. «Minima Romantica.» In *Beyond the Soundtrack: Representing Music in Cinema*, editado por Danniell Goldmark, Lawrence Kramer e Richard Leppert, 48–65. California: University of California Press.
- North, Adrian C., e David J. Hargreaves. 2006. «Music in Business Environments.» In *Music and Manipulation*, editado por Steven Brown e Ulrik Volgsten, 103–125. New York: Berghahn Books.
- NOS. 2016. «Prémio Inovação NOS.» Consultado em 23 de Julho. <http://www.nos.pt/empresas/Pages/premioinovacaonos.aspx>.
- Obasan, Kehinde A. 2012. «Organizational Culture and Its Corporate Image: A Model Juxtaposition.» *Business and Management Research* 1/1:121–132.
- Otubanjo, Olutayo. 2012. «The Meaning Of Corporate Identity: A Structuralist And Semiotic Insight.» *International Journal of Management Research and Business Strategy* 1:1–19.
- Suzuki, Dean. 2013. «Minimalism in the Time-Based Arts: Dance, Film and Video.» In *The Ashgate Research Companion to Minimalist and Postminimalist Music*, editado por Keith Potter, Kyle Gann e Pwyll Ap Siôn. Farnham: Ashgate.

Tagg, Philip. 2006. «Music, Moving Images, Semiotics, and the Democratic Right to Know». In *Music and Manipulation*, editado por Steven Brown e Ulrik Volgsten, 163–186. New York: Berghahn Books.

Tagg, Philip. 2007 [1980]. «Interviews from 1980.» Consultado em 4 de Março de 2016. <http://tagg.org/texts.html>.

Van Riel, Cees B. M., e John M. T. Balmer. 1997. «Corporate Identity: The Concept its Measurement and Management.» *European Journal of Marketing* 31:340–355.

Zager, Michael. 2003. *Writing Music for Television and Radio Commercials*. Oxford: The Scarecrow Press, Inc.

# *Simsdieval*: a construção híbrida do período medieval num videojogo

MARIANA RAMOS DE LIMA

*The Sims* é um jogo de computador onde se simula a vida real, criado pelo *designer* de jogos Will Wright e distribuído pela Electronic Arts.<sup>(1)</sup> Lançado a 4 de fevereiro de 2000, o jogo foi bastante bem recebido, conduzindo à criação de uma saga, nomeadamente *The Sims 2* em 2004, *The Sims 3* em 2009, *The Sims Medieval* em 2011 e *The Sims 4* em 2014, tornando-se numa das séries de videojogos mais vendidas de todos os tempos (Museum of Play 2016).

No primeiro jogo criaram-se pessoas virtuais designadas por *Sims*, a quem se concedia uma casa, planificada pelos jogadores, ou pré-construída. Aos *Sims* eram também facultadas diretrizes com o objetivo de satisfazerem os seus desejos/necessidades. Esta versão caracterizou-se por carecer de metas definidas e por adotar uma perspetiva isométrica, apresentando uma simulação aberta das atividades diárias dos *Sims* numa área suburbana (Sims Wikia 2016).

---

(1) A autora segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990.

A Electronic Arts, Inc. (EA), também conhecida como EA Games, é uma empresa americana responsável pelo desenvolvimento, comercialização, edição e distribuição de videojogos. Entre os mais conhecidos encontram-se *Need for Speed*, *The Sims*, *Medal of Honor*, *Dragon Age*, *Star Wars: Knights of the Old Republic*.

Em *The Sims 2*, a trama ocorre num ambiente totalmente 3D, em oposição ao jogo original. Os avatares também envelhecem através de sete estágios de vida desde a infância até à velhice e morte subsequente. Outra característica importante é o sistema de «aspiração». Cada personagem exhibe desejos e medos de acordo com a sua personalidade (escolhida pelo jogador). Consequentemente, o nível do medidor de aspiração determina a eficácia de um *Sim* na conclusão das tarefas. A realização de desejos fornece pontos de aspiração, que poderão então ser usados para comprar recompensas. Além disso, o jogo apresenta claramente uma organização dividida entre dias de semana e fim-de-semana, férias, etc. (Sims Wikia 2 2017).

O terceiro jogo da série inclui ferramentas aprimoradas para criação dos *Sims*, e ainda a introdução de desejos e objetivos, apresentando uma nova forma de jogabilidade concebida através de pequenas metas, que o jogador pode optar por perseguir ou recusar. Aqui, este deixará de ficar confinado a jogar apenas numa única parcela, normalmente uma casa, passando a vizinhança a desempenhar um papel ativo, envelhecendo ao longo do tempo e possibilitando-lhe uma área muito maior para explorar. Há também eventos em *The Sims 3*, tais como concertos de música, filmes ao ar livre, festas na piscina, eventos desportivos, etc. (Sims Wikia 3 2017).

Em 2011, surge uma versão completamente diferente de todos os outros jogos da série, situada na época medieval. Uma mudança face aos restantes *The Sims* refere-se ao facto de que a criação da personagem, simulação e aspetos arquitetónicos são significativamente reduzidos e alterados de forma a reforçar o

estilo de *Role Playing Game*,<sup>(2)</sup> o que ajuda a dar uma nova vida a esta saga.<sup>(3)</sup>

A primeira tarefa do jogo é escolher uma ambição, isto é, um objetivo que vai determinar o número e caráter das missões subsequentes e que, por sua vez, condicionará os heróis que podem ser escolhidos para as realizar. A cada missão bem-sucedida ganham-se *Quest Points* que vão permitindo conquistar *Kingdom Points*. Depois de concretizada esta ambição, passa-se a uma nova e todo o processo se repete. O sucesso na realização destas tarefas possibilita ao jogador construir o seu próprio reino.

Para cada missão é necessário escolher uma personagem, um herói *Sim*, que se enquadra numa classe que define as suas competências e deveres. Atualmente existem dez categorias de heróis: monarcas, feiticeiros, espiões, sacerdotes, ferreiros, padres, alquimistas, cavaleiros, comerciantes e bardos. Quando uma personagem ganha experiência suficiente na sua carreira, através das missões que vai concretizando, é possível avançar de nível, adquirindo novas habilidades, o que lhe permite progredir numa escala que vai desde o nível um até ao dez, em cada categoria. Ao mesmo tempo que o jogador completa uma determinada missão, tem de lidar com as responsabilidades diárias dos seus *Sims*. Estas consistem em tarefas relacionadas com a sua profissão, devendo ser concluídas num determinado período de tempo. Se tal for ignorado, o *Sim* desconcentrar-se-á, pelo que perde foco,

---

(2) Um *Role Playing Game* (RPG) é um jogo no qual os participantes assumem os papéis de personagens num cenário ficcional, seja de forma arbitrária ou através de um processo de tomada de decisões estruturado do qual faz parte essa categorização por heróis. Em todos os casos há um sistema formal de regras e orientações.

(3) Nicole Tanner da IGN comentou: «The Sims Medieval has successfully breathed new life into a franchise that was getting pretty stale» (IGN 2016).

podendo mesmo vir a ser preso e colocado no [tronco](#) por não realizar o seu trabalho, ou ainda executado no buraco do [juízo](#).

Cada categoria de herói vive num espaço específico que se adquire à medida que se vão cumprindo as missões e ganhando pontos. A representação dos espaços domésticos e de sociabilidade refletem a forte hierarquização social característica da Idade Média, estabelecendo-se uma correspondência entre o estatuto social da personagem e a habitação que lhe é atribuída. Mesmo enriquecendo, o herói está interdito de adquirir uma outra residência, constatando-se a enorme imutabilidade presente na pirâmide social medieval – «A sociedade medieval era [...] marcada por uma economia ruralizada, pelo enfraquecimento comercial, pela supremacia da Igreja Católica, por um sistema de produção feudal e por uma sociedade hierarquizada» (Feitosa, Miranda e Neves 2014, 197).

A religião está presente em todo o jogo, consubstanciando-se em torno da figura do «Observador», o próprio jogador. Embora se trate de um culto pagão, tem características similares ao cristianismo e remete para uma tentativa de representação de eventos ou circunstâncias históricas, por exemplo, o facto da religião professada no jogo se encontrar dividida em dois mundos distintos, os *Peteran* e os *Jacoban*, pode antecipar a cisão que vem a acontecer na Europa do século XVI entre catolicismo e o protestantismo.

Ambas as fações acreditam que «The Watcher» os criou, observa-os e guia-os através das suas vidas e aventuras para evitar que se destruam através da sua própria negligência e ganância. Apesar das crenças serem semelhantes, *Peterans* e *Jacobans* separaram-se devido a opiniões diferentes sobre o «Observador».

Enquanto a Igreja *Jacoban* afirma que esta figura é um deus vingativo e impiedoso, a Igreja *Peteran* encara-o como um deus do amor e perdão (Sims Wikia 2016). O «Observador» é usualmente referido usando-se pronomes masculinos e, uma vez que o jogador nunca tem de registar o seu sexo no jogo, podendo optar pelo avatar que quiser, trata-se de um erro cometido pelos teóricos que o comentam e que partem do princípio de que as religiões adotam usualmente uma figura masculina como elemento de adoração.

Uma questão que se coloca é a de tentar perceber a razão que levou os produtores do jogo a optar por apresentar, em 2011, uma edição diferente de todos os outros *Sims*, cujo contexto espacial decorre na época medieval.

Assim sendo, procurei verificar se já existiria algum motivo de particular interesse relativamente a esta época noutros produtos audiovisuais, ou quem eventualmente poderia estar interessado em comprar um jogo que ocorre neste contexto temporal. Deste modo, constatei que, em julho de 2011, estreou o último filme da saga *Harry Potter*, o que foi um evento muito marcante, nomeadamente, para uma geração designada pelos *media* como *Geração Harry Potter* (Cipriano 2017). A expressão refere-se àquelas que acompanharam o desenvolvimento de sagas como *Harry Potter*, *O Senhor dos Anéis*, *As Crónicas de Nárnia*, e que provavelmente estariam interessados em adquirir videojogos associados ao imaginário do «fantástico» mundo medieval. A estreia do epílogo da série *Harry Potter* tratou-se de uma estratégia de *marketing* cuidadosamente preparada e planificada, que conduziu ao surgimento de todo um conjunto de produtos similares, como jogos de tabuleiro, *puzzles*, restaurantes temáticos, entre



outros, através deste *boom* publicitário no qual o *Sims Medieval* está incluído.

Na minha perspetiva, uma das principais razões responsáveis pelo sucesso da saga *Harry Potter* deve-se precisamente ao facto de se colocar o espetador perante cenários que aliam um universo mágico ao mundo real, tendo sempre implícita uma crítica social, camuflada pelo mundo de magia em que a ação se desenrola, inserida num contexto espaço-temporal indefinido, numa espécie híbrida de época medieval, com traços de um espírito romântico e da sociedade atual. Para além disso, a trama de *Harry Potter* destaca-se por valorizar características como a determinação, coragem e companheirismo, muitas vezes associadas aos ideais de cavalaria medievais, e com os quais muitas pessoas tendem ainda a identificar-se, os quais são aqui assumidos como condições fundamentais para superar todas as eventuais dificuldades (Zhang, Bai e Ying-Ying 2011, 570).

Symbolism and metaphor are much in vogue in contemporary post-modern culture. The generation brought up on *Harry Potter* and the film version of *The Lord of the Rings* are well aware of the potency of magic and the epic quality of the quest for justice, truth, service and sacrifice symbolized in precious objects. The medieval values of knightly chivalry and courtly etiquette provide the background for hundreds of fantasy computer games, videos and films (Bradley 2012, 260).

Sabendo *a priori* qual o público-alvo que pretendiam afetar, os produtores do jogo procuraram corresponder às suas expectativas relativamente ao que seria o imaginário do mundo medieval, porém sempre adaptado à sociedade atual. Tal verifica-se aos

mais diversos níveis, por exemplo, para qualquer um dos heróis podemos escolher se pretendemos um personagem feminino ou masculino, quando na época medieval existiam determinadas profissões que apenas poderiam ser realizadas por homens, perpetuando-se a ideia de que as mulheres tinham um papel pouco significativo nessa sociedade: «The natural life cycle of the woman – the movement from youth to age – however, is typically marked by marriage and motherhood. The virgin is thus complemented by figures who may more realistically be imagined as middle-aged, the wife, mother and widow» (Niebrzydowski 2011, 39).

Também do ponto de vista matrimonial há particularidades interessantes, tal como nos é dito no nosso tutorial sobre o casamento neste jogo:

Trata-se da união legal e social entre dois *Sims*, quando o casal oficialmente concorda numa relação romântica permanente. Os *Sims* podem casar-se com qualquer pessoa dentro do reino [...] incluindo *Sims* do mesmo sexo. O casamento não tem de ser uma relação permanente e pode ser terminada por via do divórcio (Informações retiradas do jogo *Sims Medieval*).

No que respeita à banda sonora, tendo em conta a forma como o jogo foi criado para estabelecer ligações e conexões com o público a que se destina, a música assume um papel fundamental. O responsável é John Debney, indicado para um *Academy Award* e vencedor de um *Emmy*, sendo algumas das suas bandas sonoras mais reconhecidas *Spy Kids* (2001), *The Passion of the Christ* (2004) e *Iron Man 2* (2010) (IMDB 2016).

A música neste jogo está sobretudo presente em três ocasiões: na definição do caráter das missões, na representação do espaço físico em que o avatar se encontra e na caracterização do estatuto social do herói que, normalmente, se reflete na sua residência. Salienta-se, igualmente, o papel do personagem musical, o bardo.

O *Main Theme*, que no fundo é o tema inicial do jogo, que se ouve quando este está a fazer a leitura/carregamento do código das próximas áreas, serve para caracterizar cada um dos heróis, facilitando, desde logo, essa mesma etiquetagem ao ouvinte. Curiosamente, como forma de representar o herói feiticeiro, Debney usa um tema bastante caracterizado pelo intervalo de 3ª menor, bem como da célula rítmica formada por colcheia com ponto, semicolcheia, colcheia, que também são das características mais audíveis no tema principal da saga *Harry Potter*, *Hedwig's Theme*, como foi percecionado por diversos visualizadores do YouTube. No meu ponto de vista, tratando-se de um marcador identitário do filme, mais uma vez se reforça a ideia de que este jogo foi especificamente criado para ser adquirido por um público que ansiosamente esperava pela chegada do último filme da saga.

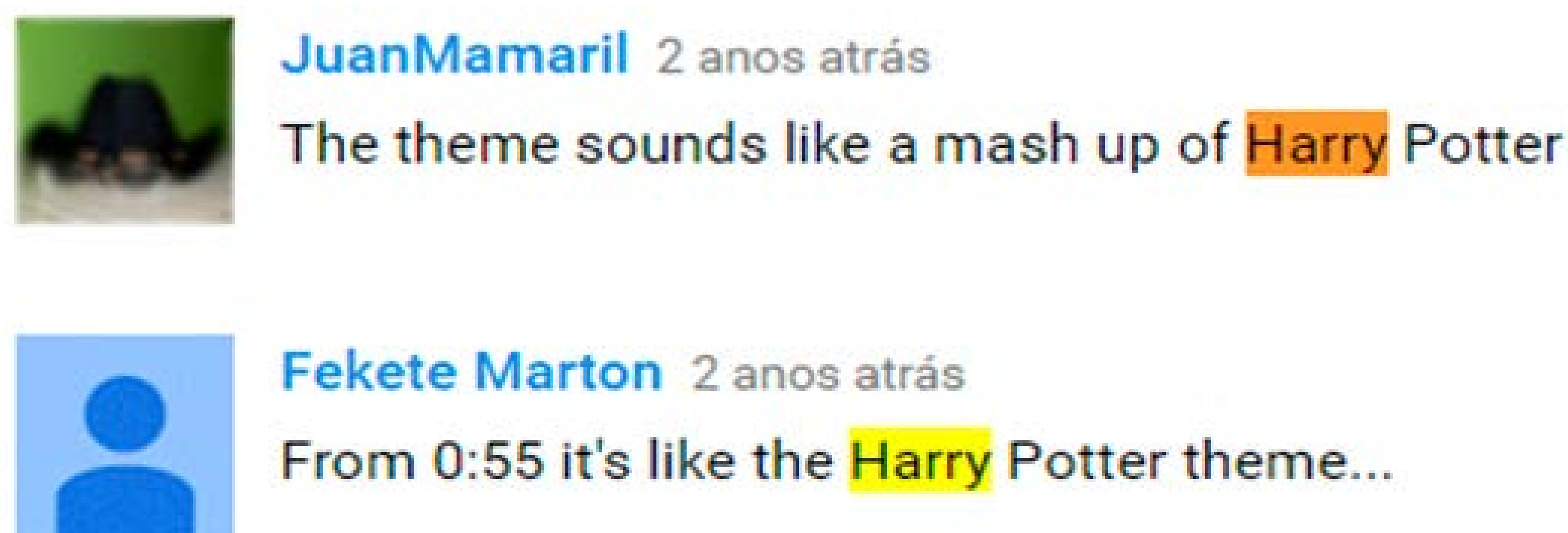


**Figura 1.** *Hedwig's Theme* – Tema principal da saga *Harry Potter* (transcrição realizada por Mariana Ramos de Lima).<sup>(4)</sup>

(4) Entre 0:00 até 0:16: <https://www.youtube.com/watch?v=1Li0SWlwe34&pbjreload=10>.



**Figura 2.** *Main Theme – Sims Medieval* (transcrição realizada por Mariana Ramos de Lima).  
(5)



**Figura 3.** Comentários ao *Main Theme* de *Sims Medieval* por visualizadores do YouTube (2016).

No que se refere à música utilizada para caracterizar as missões, constata-se que esta procura criar o ambiente que é esperado nessa mesma situação. Por exemplo, perante um cenário de batalha ou luta, recorre-se a um tema designado como *Epic Theme*, tendo como principais instrumentos os metais e a percussão.<sup>(6)</sup>

Para além das habitações de cada um dos heróis, existem outros espaços envolventes como a floresta, o porto, a praça da aldeia, entre outros, tendo todos eles uma espécie de motivo inicial que serve para remeter imediatamente o imaginário do jogador para aquele espaço específico e que apenas dura poucos

(5) Entre 0:54 até 1:16: <https://www.youtube.com/watch?v=5cQCL6IXGp0>.

(6) Entre 0:00 até 0:30: <https://m.youtube.com/watch?v=RR2-Elle37I>.

segundos. Por exemplo, no caso do porto é utilizada uma música normalmente associada aos piratas, salientando-se o som de um acordeão e de gaivotas.

Relativamente às habitações dos heróis, tal como já foi dito, cada uma representa uma determinada personagem, tanto do ponto de vista visual, como auditivo. Concretamente, na sala do trono do castelo, habitação do monarca, salientam-se instrumentos como o cravo e o violino, todos eles associados a uma classe hierarquicamente superior. Na taberna, casa do bardo, vislumbram-se instrumentos normalmente encarados como mais «simples» e «fáceis de tocar», destacando-se a percussão e cordas dedilhadas, o que normalmente está mais associado a uma classe desprivilegiada e hierarquicamente inferior, na qual podemos incluir este herói.

Na minha opinião, a composição da banda sonora e os espaços e personagens que pretende representar poderão ser facilmente perspetivados à luz da teoria de Bourdieu (2007 [1979]) que remete para uma determinada relação entre os indivíduos e as normas sociais. Torna-se importante referir que, para o sociólogo, os indivíduos sociais são portadores de quatro tipos de *capital*: o capital económico, o capital social, o capital cultural e o capital simbólico. São estes quatro capitais que determinam, de certa forma, o gosto, a cultura e as próprias ações dos indivíduos – *habitus* –, que incide na forma como estes se relacionam com a estrutura social, orientando a sua conduta. Bourdieu considera que o gosto e as práticas culturais resultam de um conjunto de condições específicas de socialização, afirmando que estas são determinadas, em grande parte, pelas trajetórias educativas e socializadoras dos agentes.

Embora neste caso se trate de um videojogo, a verdade é que reflete exatamente as normas sociais que os jogadores estão à espera de encontrar na vida real, quando deparados com situações semelhantes, conforme o que lhes foi incutido ao longo dos seus próprios processos de socialização. Assim se compreende a diferenciação a que assistimos, e que acima mencionei, entre o que são as personagens, bem como os instrumentos previstos *a priori* para um espaço de corte ou de taberna.

Um aspeto bastante presente na banda sonora deste jogo refere-se aos anacronismos face ao verdadeiro conceito de música medieval. Este é o caso da música patente na sala do trono que, assume um estilo caracteristicamente barroco, mais do que medieval, sendo os instrumentos em causa igualmente posteriores ao século xv.<sup>(7)</sup> No entanto, tal situação é usualmente identificada pelo público como um exemplo verdadeiramente da época, visível nos comentários feitos no YouTube.



**Figura 4.** Comentários à banda sonora de *Sims Medieval* por visualizadores do YouTube (2016).

Outro aspeto intrigante da banda sonora deste jogo remete para as questões de autoria. Embora o compositor seja John Debney, em diversos casos há também músicas originais de

(7) Entre 0:00 até 0:13: <https://www.youtube.com/watch?v=sDleZe4Qki8&sns=em>.

compositores medievais, anónimos ou de trovadores, que nas *playlists* se encontram atribuídas a Debney. A minha explicação para esta situação reside naquilo que Raymond Williams (1965, 62-63) referiu relativamente ao modo como se faz História, defendendo que no século XIX, momento em que se começou cada vez mais a proceder a um estudo nesta área, procuraram-se unir antepassados dentro de uma tradição cultural, servindo para excluir ou marginalizar compositores e épocas que não se encaixavam no cânone. No meu entender, um desses casos é a Idade Média que, pela falta de informação e por ser considerado como um período remoto e das trevas que apenas dividia as duas «gerações de luz» (Antiguidade Clássica e Renascimento), não merecia ser comentado, uma vez que a noção de música antiga remetia imediatamente para a música do século XVI. Tendo em conta as ideias anteriormente apresentadas, torna-se fundamental constatar que a forma como uma construção histórica realizada numa época específica, influenciada por uma determinada situação política, social e cultural, projetou para o passado uma maneira de fazer história que ainda hoje se reflete. Exemplo disto é a música utilizada para representar o mosteiro *Peteran*,<sup>(8)</sup> que embora em todas as *playlists* disponíveis na internet surja como sendo da autoria de John Debney, se trata de um *pastiche* da cantiga *Januns hons pris* composta entre 1192-1194 por Ricardo Coração de Leão, enquanto se encontrava na corte de Leopoldo V, duque da Áustria (Richard the Lionhearted 2016).<sup>(9)</sup>

A personagem cultural do jogo, o bardo, é uma das categorias de heróis *Sims*, simultaneamente dramaturgo, poeta e

---

(8) Entre 0:00 até 0:16: <https://m.youtube.com/watch?v=5Cj9jweQtVU>.

(9) Entre 0:00 até 0:15: <https://m.youtube.com/watch?v=sMZ3mSVcSKg>.

músico. Tal como acontece com outras personagens, esta pode progredir na carreira à medida que vai ganhando pontos, começando por ser um trovador, seguindo-se o cargo de menestrel e, por último, rapsodista. Os bardos carregam alaúdes e são hábeis a executá-los, existindo uma grande variedade de músicas disponíveis, algumas apenas desbloqueadas à medida que se vai mudando de estatuto.

Do meu ponto de vista, o bardo é neste jogo representado como o estereótipo do génio musical, apresentando características que ainda hoje se associam à visão do que é ser músico ou artista e que foram, sobretudo, construídas no período romântico. Este herói assume assim uma posição social «marginal», destacando-se pela sua excentricidade e necessidade constante de inspiração, «ferramenta fulcral para a realização de obras-primas» (Informações retiradas do jogo *Sims Medieval*).

For the nineteenth century Mozart was transformed into an image of archetypal Romantic artist, exuberant, spontaneous, intuitive; opposed – or so it seemed – to the conventional, the predictable, even the rational. [...] This image of the creative process acted as a counterpole to the Beethovenian struggle, and it played a major role in the construction of the prodigy, often viewed as the most visible manifestation of genius. [...] Thus the fusion of youthful skills and creativity with essentially Romantic concepts of inspiration and genius resulted in a product – almost an institution – which proved eminently marketable in the nineteenth century, and retains much of its spell today (Samson 2002, 273).



Analisando esta situação sob a perspetiva goffmaniana, é notório o modo como os membros da sociedade perpetuam as suas conceções de estigma<sup>(10)</sup> e a forma de responder às mesmas, o que ocorre de geração em geração, através de uma aprendizagem social adquirida ao longo do processo de socialização. Entre elas destaca-se o facto deste herói apenas ganhar dinheiro quando toca em palco. Ao invés, quando executa uma peça na rua não auferes qualquer gratificação ou pontos que lhe permitam progredir na carreira, recebendo apenas inspiração.

Tal como acontece na vida real, a personagem musical é sempre retratada como alguém desprovido de grandes recursos económicos. Aliás, se tivermos em conta os «salários» concedidos a cada uma das personagens ela é a que menos auferes, embora no jogo seja referido que apesar desta situação é ela a mais feliz (Sims Wikia 2016). Também em diversas missões é solicitado ao bardo que se embebede e coma pão bolorento de forma a atingir um estado alternativo de consciência, e assim vislumbrar mais além. Mais uma vez, confrontamo-nos com toda uma série de preconceitos relativamente aos músicos como uma espécie de loucos que precisam de uma inspiração divina, e que para a ganharem têm de atingir esse estado alternativo por via de drogas ou álcool.

---

(10) A formação do conceito de estigma decorre da discrepância específica entre a identidade social virtual e a identidade social real. A identidade real é o conjunto de categorias e atributos que uma pessoa prova ter, isto é, o indivíduo estigmatizado é aquele cuja identidade social real inclui um qualquer atributo que frustra as expectativas de normalidade. Todas as sociedades definem categorias acerca dos atributos considerados naturais, normais e comuns do ser humano, o que Goffman designa por identidade social virtual (Goffman 2004 [1963], 20).

Personagens	Valores
Monarca	\$28-\$1133+
Bardo	\$22-\$411
Ferreiro	\$25-\$478
Sacerdote Jacoban	\$30-\$563
Cavaleiro	\$30-\$587
Comerciante	\$32-\$611
Padre Peteran	\$19-\$565
Alquimista	\$29-\$537
Espião	\$27-\$537
Feiticeiro	\$28-\$529

**Tabela 1.** Tabela dos rendimentos intermédios dos heróis *Sims* (Sims Wikia 2016).

Uma outra missão do bardo designa-se «O mistério da queima dos livros», em que esta personagem tem a função de saber quem está por detrás deste «ato criminoso». Apercebendo-se de que se tratam de camponeses, caracterizados como pessoas «rudes do campo», o bardo imediatamente compreende que tal é somente explicável pela ausência de instrução. Assim, o herói toma a responsabilidade da sua educação através da música e das artes, tornando-os aldeões respeitáveis e cultos. Esta situação remete-nos para as ideias de Schiller, que defendia a perspetiva a partir da qual a humanidade deve ser ensinada pela arte, encarada como salvadora ou redentora do Homem. Schiller destacou o papel das artes como a moral necessária para a educação das paixões do indivíduo, fundamental para produzir um verdadeiro cidadão de uma república (Schiller 2004 [1794], 9).

Concluindo, posso apenas reafirmar que a conceção deste jogo ultrapassa a conjuntura sociocultural característica do período medieval, havendo igualmente uma preocupação em corresponder ao imaginário do público-alvo. São de extrema importância as vicissitudes comerciais em torno deste imaginário do «fantástico» mundo medieval que, na minha opinião, levou os produtores do jogo a arriscarem numa edição diferente de *The Sims*, adequada ao momento em que surgiu, concretamente aquando da estreia de *Harry Potter e os Talismãs da Morte – Parte II*, estrategicamente publicitado pelos *media* e que deu origem a uma série de produtos similares em termos temáticos.

Do ponto de vista musical não deixa de ser interessante o recurso e presença da banda sonora ao longo do jogo, quer como marcador de classe dos respetivos heróis, através da caracterização da habitação que lhe corresponde, quer funcionando ainda como indicador para definir o estado de espírito e ambiente envolvente do *Sim/jogador*, de forma a distinguir os vários espaços em que se move no jogo.

Não deixa de ser relevante o facto de que a maior parte da banda sonora é anacrónica, embora tal seja considerado por muitos jogadores como algo verdadeiramente da época. Isto demonstra o interesse do próprio compositor em seguir o imaginário dos potenciais compradores do jogo e não tanto fazer uma «citação» literal da história da música.

Também no que se refere aos problemas que giram em torno do compositor medieval, salienta-se a substituição do autor original pelo compositor do jogo, quando não se verificam diferenças maiores na música. Será que esta situação é algo comum nas bandas sonoras da empresa Electronic Arts, ou será algo específico

deste jogo? Caso se venha a confirmar uma regra não poderão ser colocados problemas a nível de direitos de autor ou do património cultural?

No que diz respeito ao panorama musical medieval, considero que o presente artigo é importante para perceber o porquê da utilização de determinados compositores e características musicais no jogo, enquanto etiquetas para a representação desse mesmo contexto, ao invés de outros, e que pistas tal nos pode dar sobre a perceção do que é assumido como música medieval. Do meu ponto de vista, mais do que refletir sobre a importância dos videojogos para a Academia e da Academia para os videojogos, considero que o percurso mais correto é o de distinguir este processo como algo recíproco, onde as partes se influenciam mutuamente e não como um percurso único, como tende a ser encarado. Acredito que a atual conceção do que é o período medieval para o público em geral já não é aquela que reside na Academia, mas sim a que temos presente neste jogo, características estas que são perpetuadas pela sociedade ao longo do tempo.

Espero, tão-somente, que este estudo contribua para desmistificar a ideia de que uma análise dos videojogos seja algo apenas lúdico, desprovido de qualquer interesse científico, mas antes se reflita sobre a forma como estes espelham o modo de pensar, agir e até os comportamentos e estereótipos de uma determinada sociedade.

## Referências

- Bourdieu, Pierre. 2007 [1979]. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Translated by Daniela Kern and Guilherme F. Teixeira. São Paulo: Zouk.
- Bradley, Ian. 2012. *God Save the Queen: The Spiritual Heart of the Monarchy*. London: Continuum.
- Cipriano, Rita. 2017. «A Geração Harry Potter nasceu há 18 anos.» *Observador*. Consultado em 12 de Março. <http://observador.pt/especiais/a-geracao-harry-potter-nasceu-ha-18-anos-a-magia-nao-morre/>.
- Feitosa, Elisa Geralda, Francisco Alves de Miranda, e Wilson da Silva Neves. 2014. *Filosofia: alguns de seus caminhos no Ocidente*. São Paulo: Baraúna.
- Goffman, Erving. 1993 [1959]. *A apresentação do eu na vida de todos os dias*. Traduzido por Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio d'Água.
- Goffman, Erving. 2004 [1963]. *Estigma - notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Traduzido por Mathias Lambert. Rio de Janeiro: LTC.
- IGN. 2016. «The Sims Medieval Review.» Consultado em 20 de Abril. <http://www.ign.com/articles/2011/03/24/the-sims-medieval-review>.
- IMDB. 2016. «John Debney.» Consultado em 24 de Março. <http://www.imdb.com/name/nm0002201/>.
- Museum of Play. 2016. «Grand Theft Auto III, The Legend of Zelda, The Oregon Trail, The Sims, Sonic the Hedgehog, and Space Invaders.» World Video Game Hall of Fame Inductees Announced. Consultado em 19 de Março de 2017. [http://www.museumofplay.org/press/releases/2016/05/2688-2016-world-](http://www.museumofplay.org/press/releases/2016/05/2688-2016-world-video-game-hall-fame-inductees-announced)
- [video-game-hall-fame-inductees-announced](http://www.museumofplay.org/press/releases/2016/05/2688-2016-world-video-game-hall-fame-inductees-announced).
- Niebrzydowski, Sue. 2011. *Middle-aged Women in the Middle Ages*. Cambridge: D.S.Brewer.
- Nunes, João Arriscado. 1993. «Erving Goffman, a análise de quadros e a sociologia da vida quotidiana.» *Revista Crítica de Ciências Sociais* 37:33–49.
- Quora. 2017. «What is the Harry Potter generation?» Consultado em 12 de Março. <https://www.quora.com/What-is-the-Harry-Potter-generation>.
- Richard the Lionhearted. 2016. «Translation: Ja Nus Hons Pris.» Consultado em 13 de Abril. [http://www.silencethebard.com/?page\\_id=34](http://www.silencethebard.com/?page_id=34).
- Samson, Jim. 2002. *The Cambridge History of Nineteenth-Century Music*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schiller, Friedrich. 2004 [1794]. *On the Aesthetic Education of Man*. Translated by Reginald Snell. New York: Dover Publications.
- Shaw, Sarah. 2011. «Re-imagining library catalogue interfaces.» *Dymvue*. Consultado em 21 de Março de 2016. <http://dymvue.blogspot.pt/2011/11/re-imagining-library-catalogue.html>.
- Sims Wikia 2. 2017. «The Sims 2.» Consultado em 19 de Março. [http://sims.wikia.com/wiki/The\\_Sims\\_2](http://sims.wikia.com/wiki/The_Sims_2).
- Sims Wikia 3. 2017. «The Sims 3.» Consultado em 19 de Março. [http://sims.wikia.com/wiki/The\\_Sims\\_3](http://sims.wikia.com/wiki/The_Sims_3).
- Sims Wikia. 2016 «Sims Medieval.» Consultado em 21 de Março. [https://sims.fandom.com/wiki/The\\_Sims\\_Medieval](https://sims.fandom.com/wiki/The_Sims_Medieval).
- Williams, Raymond. 1965. *The Long Revolution*. London: Penguin Books.

YouTube. 2016. «The Sims Medieval Soundtrack - Main Theme.» Consultado em 24 de Março. <https://www.youtube.com/watch?v=5cQCL6IXGp0>.

Zhang, Wei, Bai Nian-wen, and Ying-Ying Lv. 2011. «The Commercial Operation and Success Factors of Harry Potter in Information Era.» In *Information and Business Intelligence: International Conference*, edited by Xilong Qu, and YuhangYang, 566–571. New York: Springer.

# Tecno-utopia *cyberpunk* no projeto *Peenemünde*

HUGO PAQUETE

## **Cyberpunk: pós-digital e a expansão do atual sócio-tecnológico**

Uma geração que nasceu sobre o imaginário da conquista espacial e assistiu à aterragem da Apollo 11 na Lua, em 1969, assistiu também ao nascimento da *World Wide Web*, em 1980, e cresceu rodeada de dispositivos tecnológicos de comunicação, que se sucedem a um ritmo intenso, acentuando a espectralidade do espaço, dos corpos e do território. Uma geração que cresceu na ultrapassagem da barreira do som, com recurso a mecanismos velocípedes sofisticados que permitiram ao corpo ultrapassar os seus limites expostos às suas vontades tecno-utópicas. Esta geração não pode observar nem representar o mundo simplesmente pelos seus limites físicos porque os seus territórios terrestres esgotaram-se, deixando de existir o desconhecido e a possibilidade de descobrir novos territórios. Hoje são necessários novos limites na procura de não lugares,<sup>(1)</sup> os nossos mecanismos hiperóticos e hipersónicos já se projetam pelo infinito do

(1) O autor segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990.

O conceito de não lugar é aqui contextualizado como espaço, território ou lugar fora do campo perceptivo imediato de um primeiro plano da experiência visual ou auditiva, incapaz de dar forma a qualquer tipo de identidade de forma imediata. Sendo acedido por meio tecnológico, mediando a cognição do sujeito para elementos, objetos, entidades e eventos espectrais, energias, ondas eletromagnéticas, entidades biológicas ou corpos celestes, entre outros universos reais ou virtuais relativos ao lugar e à sua significação.

espaço, do corpo e da matéria com recurso e mediação tecnológica. Podemos, assim, dizer que hoje o lugar do observador encontra-se no limite dos universos visíveis e cognitivos por intermediação tecnológica, como sistemas de ampliação sensorial. Não podemos descentrar as nossas análises da produção artística contemporânea sem termos em conta estes fenómenos de expansão do visível e como estes acontecimentos influenciam novas representações na arte.

O projeto *Peenemünde* e outras manifestações artísticas contemporâneas são produtos de um tempo histórico, na minha opinião, mediado pelos princípios da cultura *cyberpunk*, que emergiu na literatura por intermédio de William Gibson e do seu livro *Neuromancer*, de 1984, e de Neal Stephenson com *Snow Crash*, de 1992, para descrever um tipo de ficção científica e contexto social onde se explora uma extensiva interação entre indivíduos, supercomputadores, corporações, andróides, violência, sexo, drogas, tecnologia, subcultura, multiculturalismo e ambiente *punk*. E, atualmente, pode servir como modelo crítico para a compreensão da contemporaneidade, das suas manifestações artísticas e dos contextos sociais emergentes, como no projeto em análise.

Larry McCaffer escreve:

The cyberpunks were the first generation of artists for whom the technologies of satellite dishes, video and audio players and recorders, computers and video games (both of particular importance), digital watches, and MTV were not exoticisms, but part of a daily «reality matrix» (McCaffery 1991,12).



McCaffery constrói uma análise do contexto social do *cyberpunk* que me parece bastante pertinente de cruzar com os conceitos associados ao pós-digital, para que se possam aprofundar as implicações estéticas e sociais destas práticas e metodologias artísticas. O autor menciona que o *cyberpunk* e o *punk* partilham a mesma atitude no que diz respeito à utilização da tecnologia como dispositivo e arma de reflexão sobre a mesma, e sua utilização como sistema de controlo. Sendo estes valores de ordem e controlo subvertidos em função de uma expressão mais livre e intensificadora de um radicalismo contracultura, no plano das representações sociais e funcionais de ordem e controlo: «to use technology as a weapon against itself, and to seize the control of its form from the banalizing effects of the media industry and reestablish a sense of menace, intensity» (McCaffery 1991, 289).

A mesma atitude pode encontrar um paralelismo nas práticas artísticas pós-digitais que apresentam uma reflexão assente na utilização e contextualização da tecnologia no contexto social e vivencial dos indivíduos.<sup>(2)</sup> Uma sinestesia tecnológica que potencia novas abordagens e reflexões sobre a tecnologia e sua dimensão, não somente funcional, técnica ou operativa, mas também filosófica e evocativa de novos conceitos sobre funcionalidade e operatividade relacionando-se, assim, com uma abertura a problemáticas de instabilidade e entropia na produção dos seus artefactos.

«Post-digital» because the revolutionary period of the digital information age has surely passed. The «post-digital» aesthetic was developed in part as a result of the immersive experience of working in environments

---

(2) O conceito de pós-digital pode ser mais aprofundado com múltiplos cruzamentos transdisciplinares associados ao som na tese por mim desenvolvida e defendida, intitulada *Entropia disfuncional: noise, glitch e caos nas artes sonoras* (Paquete 2014).

suffused with digital technology. But more specifically, it is from the «failure» of digital technology that this new work has emerged: glitches, bugs, application errors, are the raw materials composers seek to incorporate into their music (Cascone 2000, 24).

Podemos observar que existem semelhanças na contextualização social que influencia as práticas associadas ao pós-digital e ao *cyberpunk*: as duas descrevem o contexto de evolução tecnológica e o emaranhado de dispositivos técnicos como um dos elementos que potenciaram novas utilizações da tecnologia como expressão e modelo a subverter. Porque, como constatamos nos dois modelos de contextualização social, a tecnologia é um produto do poder e ordem funcional que necessita de ser subvertido, o que contribui para uma abordagem mais conceptual sobre a utilização da tecnologia, incorporando erros, acidentes e todo um conjunto de materiais secundários ou indeterminísticos na produção das obras. Esta atitude presente no movimento *cyberpunk* e no pós-digital é, na minha argumentação, manifestação de uma atitude *punk* que explora, partindo da racionalidade da máquina e da sua operatividade, um contradiscurso. Com vista à desconstrução dos modelos funcionais, aponta para manifestações artísticas mais indeterminísticas.<sup>(3)</sup>

O *punk*, enquanto modelo geral, é também uma expressão de valorização do conceito sobre a técnica, manifesta a ação, revelando uma atitude criativa sem regras nem modelos. Podemos observar que existe uma relação no plano das representações

---

(3) O conceito de indeterminismo é utilizado neste contexto como alusivo a acontecimentos que não têm uma metodologia causal programática, são não lineares e emergem nas articulações do mundo, seus objetos e eventos de forma não controlada. São uma preposição da autonomia dos funcionamentos e processos num sistema não programático.

artísticas e metodologias entre a música punk, cyberpunk e o pós-digital. Esta influência apresenta-se na utilização de métodos de colagem, sobreposição de elementos sonoros ou visuais, que geram uma fragmentação, visual ou sonora, por um processo por vezes de apropriação, tendo como influência a *avant-garde* e a sua subversão do valor dos objetos de consumo. Outros fatores importantes, que se refletem na produção artística do pós-digital e que encontram reflexos na música punk e no cyberpunk, são a utilização, como McCaffery afirma, de «a willingness to use obscenity, "noise", sensory overload» (McCaffery cit. in Cavallaro 2001, 21).

A exploração da sobrecarga sensorial é fundamental para compreendermos algumas das propostas artísticas associadas ao movimento do pós-digital, tendo em consideração a sua fundamentação como estética do erro, de onde provém o conceito de «glitch»,<sup>(4)</sup> que é um estilo de produção e reflexão estética e artística com ligações à imagem e ao som digital e analógico, que surgiu em meados da década de 1990. Kim Cascone (2000, 24) descreve-o como um género que adere a uma «estética da falha» caracterizado pelo uso deliberado de falhas, erros e disfunções dos meios de áudio, imagem, artefactos e dispositivos obtidos por manipulação de código ou exploração funcional dos meios e dispositivos. Este compositor e teórico classifica a falha como características de um subgénero de música eletrónica, utilizando

---

(4) Para uma melhor compreensão do conceito, estética e metodologias associadas ao *glitch* na produção artística musical, proponho que se escute duas composições representativas desta estética. Onde texturas sonoras, disfuncionalidades de mecanismos e tecnologias constroem uma paisagem digital, onde o universo analógico e digital se anuncia nos limites das suas possíveis representações. Qcode: 1 - Primeira obra: «Post-post» presente no álbum *Systemisch* de Oval, lançado em 1994 pela editora Mille Plateaux. Qcode: 2 - Segunda obra: «Part II» presente no álbum *Solo For Wounded* CD de Yasunao Tone, lançado em 1997 pela editora Tzadik (ver apêndice).

o termo pós-digital para descrever a estética da falha, «failure has become a prominent aesthetic in many of the arts in the late 20th century, reminding us that our control of technology is an illusion» (Cascone 2000, 24).

Daí emergem conceitos como *detritus*, *by-product*, *background* e *horizon*, importantes para justificar a transição do foco da atenção dos artistas do *foreground* para o *background* (Cascone 2000, 24). Parece-me bastante pertinente a importância de um contexto social em que a tecnologia se apresenta como um foco de tensão, na utilização e compreensão dos seus fundamentos de operatividade, onde se explora o aparecimento de processos de reversão dos funcionamentos da máquina e do mundo, para revelar as suas fragilidades. As visões do mundo *cyberpunk* e da tecnologia, por utilizarem processos de simulação entre o real e o virtual, apresentam-se como novos modelos conceptuais para abordarmos a atualidade e são representativas das tensões de um tempo histórico atual. Para que se aprofunde o conceito de *cyberpunk*, gostaria de apresentar algumas definições que podem ser úteis para construirmos uma ponte entre a emergência do pós-digital e dos seus conceitos de erro e *glitch* e a forma como estes dois vetores se encontram em comunicação. Por um lado, o pós-digital como plano de metodologia artística, crítica e processual em arte e, por outro, o *cyberpunk* como modelo de contextualização social onde a tecnologia exerce um impacto transversal em todas as atividades e na construção de uma visão do mundo e seus contextos.

O movimento *cyberpunk* tem vindo a ser descrito como um movimento «hip, poetic, and posthuman» (Targowsky cit. in Cavallaro 2000, 26); ou como «a postmodern literary-cultural style

that projects a computerized future» (Heim *ibid.*); ou ainda «ubiquitous datasphere of computerized information» (Person *ibid.*); também como «a return to roots» (Sterling *ibid.*); e «supreme literary expression if not of postmodernism, then of late capitalism itself» (Jameson *ibid.*); como também «a new form of existence, loosed from the bonds of the physical body» (Jeschke *ibid.*); e, por fim, como «collision of punk sensibility – the unrest, the rebellion – with desktop computers» (Cadigan *ibid.*). Todas estas designações exploram a relação que os sujeitos efetuam com a realidade e a sua transição entre o real e o virtual, apontando a complexidade que estas novas deslocações geram na cognição, comportamentos, estética e dimensão da extensão da visão do mundo pela cognição mediada pela tecnologia. Desse modo, a tecnologia é um meio de extensão dos sentidos, de como a realidade é abordada e conceptualizada, encontrando semelhanças e contactos entre conceitos do pós-digital e do *cyberpunk*. Porque nas considerações estéticas e formais do pós-digital, a tecnologia é abordada como um sistema que deve ser explorado além dos seus limites funcionais, para revelar as suas estruturas internas, de controlo e poder, na procura de imanências, como podemos observar nas reflexões apresentadas por Janne Vanhanen, em 2001, no seu ensaio intitulado *Loving the Ghost in the Machine*. O autor estabelece uma relação entre o *glitch* e as suas implicações, tanto na produção artística centrada no som enquanto meio, «in science fiction, ghosts in machines always appear as malfunctions, glitches, interruptions in the normal flow of things. Something unexpected appears seemingly out of nothing and from nowhere. Through a malfunction, a glitch, we get a fleeting glimpse of an alien intelligence at work» (Vanhanen 2001).

Podemos constatar que na argumentação deste autor se encontra presente o conceito de espectro ou a tecnologia como uma máquina de gerar espectros no plano da experiência por intermédio da simulação. Este conceito encontra-se também nas ambiguidades apresentadas pela contextualização do *cyberpunk* e as suas incursões dos sujeitos entre o real e o virtual num universo de mediação tecno-informativa, código e também simulação. Na perspetiva de Venhanen, o *glitch* deve ser entendido como uma estética da interrupção e analisada de um ponto de vista ontológico:

The scratches and glitches of contemporary electronic music, its aesthetics of interruption and misuse, should be considered in relation to the ontology of the Outside, or its hauntology (to quote Derrida writing about hauntings and returnings) (Vanhanen 2001).

Deste modo, o uso do conceito de *hauntology* pode ser interessante, como forma de análise do contexto social proposto pelo *cyberpunk* e seus princípios de simulação, espectro ou fantasma, sendo também útil para o conceito de pós-digital, por influência da conceptualização da utilização da tecnologia de forma crítica, evidenciando as suas fragilidades e limites para que, desse modo, seja gerada uma consciência do seu indeterminismo e ambiguidade espectral.<sup>(5)</sup> É pertinente uma ontologia do exterior e do transitório, na compreensão da complexidade

---

(5) O conceito de espectro é utilizado nesta reflexão tendo como objetivo uma construção teórica sobre eventos de indeterminismo, fantasmagóricos, realidades ou eventos, que propõem um limite na cognição que efetuamos dos fenómenos factuais do mundo e suas materialidades. Seja por intermédio dos funcionamentos tecnológicos, seus comportamentos erráticos, ou pelo impacto da virtualização do mundo digital.

destes processos que caracterizam o momento atual, do ponto de vista sócio-histórico.

Contemporary thought has painstakingly strived to approach this outside of thought and perception. The subject and the world, if such separation can be made, are seen to be formed in complex interactions between both. The subject emerges from the processes of the world (Derrida *cit. in* Vanhanen 2001).

O movimento pós-digital já ocupa um espaço de reflexão e de novas explorações formais que passam pela *performance*, composição, instalação sonora, *net arte*, entre outros. Alan Licht refere que alguns destes artistas que desenvolvem projetos mais centrados no multimédia, conciliando som e imagem por intermédio tecnológico, que cruzam diferentes disciplinas, desde a música e outros média, expandindo o tema das artes sonoras para relações muito mais associadas a «landscape architecture, and increasingly focused on digital culture» (Licht 2007, 210). Exploram, desse modo, uma forma de arte híbrida que tem conexões com a cibernética pós-McLuhan, «interconnectivity of the post-McLuhan cybernetic zeitgeist rather than cross-disciplinary artistic vision» (Licht 2007, 211). Alguns dos artistas que participaram no evento *Peenemünde* desenvolvem os seus processos partindo de uma reinvenção da forma como abordam o mundo e as tecnologias em processos reversivos, o que considero serem processos representativos de uma era pós-industrial, pós-digital e enquadrada numa representação social do *cyberpunk*. É a abordagem de uma cultura do «faça você mesmo», que explora a tecnologia e a técnica como mais um sistema que pode ser manipulado

na procura de uma expressão individualizada, em que o conceito se sobrepõe à técnica e função da expressão individual, na sociedade e pela tecnologia. É um contributo para o aparecimento de obras partindo de restos de atividade tecnológica, «buzzes, clicks, and glitches to produce quiet soundscapes for the laptop generation (although some of them use analog equipment, they are still referencing digital sound)» (Licht 2007, 210). Na análise das obras destes autores, podemos encontrar referentes históricos nas experiências dos anos 1960 do grupo Experiments in Art and Technology,<sup>(6)</sup> porque foi um dos momentos históricos que influenciou muitos artistas que cruzam arte e tecnologia, refletindo a condição digital contemporânea e um mundo de *dystopian* (Licht 2007, 211), como nos é anunciado por Alan Licht no seu livro intitulado *Sound Art* (2007). Esta evolução dos meios tecnológicos no contexto social veio contribuir para os conhecimentos que os artistas têm na manipulação dos meios tecnológicos, como acontece no universo literário do *cyberpunk*, em que alguns sujeitos são *hackers* dos sistemas, tecnologias e do corpo.

Os artistas aqui apresentados movem-se entre disciplinas, explorando a complexidade do mundo, ou meta-mundo,<sup>(7)</sup> das suas ambiguidades e leituras, porque os seus imaginários compreendem que o mundo se estende para além do princípio de realidade, desdobrando-se por meios tecnológicos, filosóficos e especulativos em outros mundos e planos, do princípio de realidade ou do princípio de consciência. Estes artistas compreendem as implicações da velocidade na sociedade atual associada ao conceito de simulação. Estão conscientes do impacto da velocidade

---

(6) EAT.: Experiments in Art and Technology.

(7) O conceito de meta-mundo é utilizado tendo em consideração o conceito de transcendência e limite.



das transmissões sobre a cognição porque a velocidade não é um fenômeno, mas sim uma condição entre fenômenos que pode gerar acidentes, erros e flutuações. O pós-digital explora estes fatores de transição crítica. Podemos, assim, dizer que a produção associada ao movimento compreende a relevância da constante velocidade da luz, das transmissões tecnológicas, da desterritorialização do mundo real. Tudo isto se encontra no contexto da nossa vida quotidiana, na nossa sociedade *cyberpunk* tecno-utópica, repleta de não lugares assentes num meta-mundo de espetros, condicionados pela mudança de paradigma de uma sociedade que hoje se expressa pela influência da velocidade da luz, que é a velocidade das transmissões e das flutuações elétricas dos circuitos, e da própria influência destes processos de rapidez, a que Paulo Virilio denominaria de «condicionamento eletromagnético do território» (Virilio 1995, 34).

O fim das utopias é também influenciado por este processo, visto que o espaço e o tempo já não são os únicos fatores em conta na construção de um não lugar, porque todo o real é um não lugar, meta-mundo de possibilidades e representações diversificadas, que concorrem umas a par das outras, gerando um estado utópico na cognição, por assimilação da complexidade do mundo, seus fenômenos, eventos e territórios.

### **Utopia: a contingência do não lugar no projeto Peenemünde**

Os conceitos de utopia encontram-se por vezes marginalizados dos cruzamentos temáticos efetuados nas áreas de investigação em artes sonoras e nas práticas associadas ao conceito de pós-digital. Nas possíveis relações conceptuais entre erro, acidente, indeterminismo e tecnologia, que permitem uma visão especulativa

do mundo e que se têm vindo a ampliar com a multiplicação do real, não lugar, em vários níveis do visível e audível, por intermédio das tecnologias hiperóticas e hipersónicas, assumem-se configurações de um real espectral, invisível, que gera um campo de tensão, no que diz respeito às representações do mundo e de campos de significação. *Peenemünde* contribui, desse modo, para expressões e metodologias de criação, geradoras de tensão e indeterminismo, com novas implicações filosóficas, políticas e metodologias inerentes à expansão dos campos do visível e audível, como influência de um imaginário tecno-utópico ou tecno-distópico, onde o mundo se acelera e comprime nos seus limites descentrados da terra, terreno, cartografia e fenómeno concreto, para uma expansão extraterrestre que toma o centro do universo conhecido como lugar da fronteira do representável, limite onde o mundo, evento e fenómeno acontecem. Expandindo os campos de significação de lugar, ou não lugar, na arte.

Clarifiquemos, então, o conceito de utopia para que, posteriormente, possamos refletir sobre ele de um modo mais geral e polissémico, tendo em consideração alguns exemplos de obras, suas possíveis leituras, artistas, conceitos e significações.

Podemos atribuir historicamente o conceito de utopia a Thomas More, no ano de 1516. Este conceito significa não lugar ou sem lugar. Neste sentido abre a possibilidade de compreendermos a utopia e a distopia como extrapolações de um mundo ou realidade possível, imaginada de forma positiva ou negativa, no caso da distopia. Ou, como afirma Richard Noble: «Utopia is a powerful trope in western culture. In its simplest form, it refers to a better place, a place in which the problems that beset our current condition are transcended or resolved» (Noble 2009, 12).

A utopia e a distopia são, portanto, processos do pensamento crítico e futuroológico sobre a configuração de uma possível realidade, positiva e negativa no caso da distopia, onde a tragédia e a catástrofe operam, no espaço da imaginação como visões do apocalipse. O seu território, ou cartografia, pertence ao domínio do imaterial, espectral, das intuições, sonhos, pulsões e visões. Estes conceitos têm vindo a gerar, na atualidade, um conjunto de outras variações tais como: «eutopia, dystopia, anti-topia, alotopia, euchronia, heterotopia, ecotopia and hyperutopia» (Vieira 2010, 3). Fátima Vieira menciona que a utopia em termos etimológicos é, simultaneamente, um espaço e um não espaço de afirmação e negação: «utopia is thus a place which is a non-place, simultaneously constituted by movements of affirmation and denial» (Vieira 2010, 4).

Assim, podemos concluir que existe uma tensão entre a realidade concreta da experiência do mundo e a construção de narrativas, discursos, obras que tendem a imaginar um novo mundo futuro, uma realidade fora de um espaço e tempo. Em suma, tendem para um não lugar, mais ou menos comunicável enquanto experiência subjetiva e projeção futuroológica. Este impulso criativo tem, ao longo da história, gerado inúmeras narrativas transversais a várias áreas do conhecimento. Podemos afirmar que historicamente o modernismo é a ascensão máxima do pensamento utópico. Richard Noble menciona: «the utopian impulse or tendency is present in many of our foundational works of art, literature and philosophy» (Nobel 2009, 12).

Podemos constatar a relevância destes conceitos, de não lugar ao longo da história da arte, em obras literárias como *Utopia* de Thomas More, de 1516, ou em *Nós* de Yevgeny Zamyatin, de

1921, *Admirável Mundo Novo* de Aldous Huxley, publicado em 1932 e *Mil Novecentos e Oitenta e Quatro* de George Orwell, publicado em 1949. No cinema, podemos mencionar filmes, tais como, *Metropolis* (1927) de Fritz Lang, *Fahrenheit 45* (1966) de François Truffaut, *THX 1138* (1971) de George Lucas, *Soylent Green* (1973) de Richard Fleischer, *Logan's Run* (1976) de Michael Anderson, *Blade Runner* (1982) de Ridley Scott, *Brazil* (1985) de Terry Gilliam, entre outros.

Não podemos excluir a importância e os traços destes conceitos e imaginários, na nossa dimensão cultural, como impulsores de novos discursos criativos sobre a construção e configuração de um possível mundo. Deste modo, podemos refletir no conceito de não lugar, como a contingência de um mundo que se antecipa enquanto experiência mental. Como uma projeção que, no caso do modernismo, impulsionou grande parte dos pensamentos gerados pelas vanguardas, dando origem a ruturas que estabeleceram outras ordens de perspetivar e representar o mundo e os seus limites. Como menciona Richard Noble:

Utopian imaginary, the basic architecture of the utopian impulse as it comes to us from the philosophical and literary traditions of the west; and partly as a way of outlining what remains one of the most important legacies of modernism, the utopian hope of radical social transformation as it was embodied within the modernist and neo-modernist avant-gardes (Nobel 2009,12).

Constatamos que o modernismo e as vanguardas artísticas alimentavam-se de uma tensão que move a construção destes conceitos, que não poderiam ser conceptualizados sem termos

em consideração uma dimensão contraditória, paradoxal dos sujeitos para com o mundo, e as suas ambivalências de violência, antagonismo, contingência e insatisfação. E como o tempo, num processo de dessincronização que coloca os sujeitos em rota de colisão com a realidade concreta da história.

Como é descrito por Fátima Vieira, quando nos expõe que a utopia potencia uma abolição do tempo e uma conceptualização crítica sobre a atualidade, mas que não aponta necessariamente soluções ou outros caminhos, «the relationship between these utopias and the future is indeed problematic, since the model is offered as a term of comparison with real society, i.e., it is used by the utopist to criticize the present and not to open new paths to the future. In fact, we can say that the concept of time, as we know it, has been banished from these utopias» (Vieira 2010, 9). O projeto da utopia encontra-se, assim, assente na impossibilidade de se concretizar no real, alimenta-se dessa ambiguidade de ser possibilidade irrealizada, mas constrói a tensão crítica necessária para apontar para novas evoluções e para a inevitabilidade do progresso, tendo como princípio a imperfeição humana e a sua incapacidade de encontrar um equilíbrio geral com o mundo e a realidade, na multiplicidade de cenários possíveis.

Na procura de aprofundarmos esta expansão da visão do mundo, não lugares, tomemos como referência o projeto conspiratório *Peenemünde*, desenvolvido em 2008 e apresentado no Festival Transmediale HKW,<sup>(8)</sup> em Berlim. Fundamenta-se como um interessante documento de análise pelas suas radicais propostas na abordagem que efetuou à tecnologia, em ligação com domínios mais especulativos da arte, ciência e filosofia, gerando

---

(8) Haus der Kulturen der Welt.

cruzamentos e interinfluências, conceptuais e formais, que circulam em volta da verdade e ficção por influência da literatura. Conciliam um novo conjunto de paradigmas associados à representação do mundo, não lugares, e no papel que a tecnologia tem na mediação de novas experiências cognitivas que procuram evidenciar eventos mais espetrais, ou outros níveis de realidade presentes no território, que se interligam a processos mais descontínuos de abordar a complexidade do real, mundo e suas ambiguidades de leituras. Deste modo, consideremos que foi um evento que necessita de uma reflexão para se compreender as suas implicações conceptuais, como contributo para a expansão dos campos de estudo da utopia, relacionados com a produção e significação em arte.

O projeto *Peenemünde*, organizado pela associação [xxxxx]<sup>(9)</sup> desenvolveu-se numa pequena ilha, no mar Báltico, onde se iniciaram experiências que vieram a contribuir para os voos espaciais e os mísseis balísticos. Este contexto de inovação militar e secretismo foi utilizado pelos artistas como imaginário para a apresentação de um conjunto de eventos que potenciaram uma abordagem conspiratória em contexto de *workshops*, exposição e trabalhos de grupo, abertos à discussão de conceitos e ideias sobre a tecnologia e a ficção envolvida em seus processos de criação, e extrapolação criativa na procura de novos modelos e metodologias processuais em arte. Um dos objetivos do evento seria: «actively examining that fiction which presents a dark heart of technology (as evidenced by electromagnetic practice), and a vivid relation to entropy/ecology» (Steggell 2008).

---

(9) *Peenemünde* [xxxxx]: projeto artístico e workshops apresentados no Festival Transmediale.08 Berlim, iniciados pelo artista e investigador Martin Howse (2008).

Atribui-se neste evento evidência a elementos que não são visíveis sem recurso a dispositivos técnicos e científicos, que podem desvendar outras imanências do mundo circundante e interferir na sua leitura, expandindo os campos de representação do mundo e seus eventos. Este evento propunha uma integração da arte pela ciência como exploração da criatividade sem limites, assumindo que existe um jogo de falsificações, sejam discursivas, interpretativas, intencionais ou não, da leitura e dos modos de ver e receber, conceber conhecimento em arte e ciência pelo recurso à imaginação. Integra o público num sistema rizomático de verdade e falsificação de eventos, tecnologias, dispositivos, textos, entre outros elementos. Como é mencionado sobre o evento:

We are concerned with constructivism and construction (of plans, of apparatus, of interface, of software, of ideas and a view of the world) within a specific site of fiction and revelation (*Peenemünde*); a questioning of the detail of revelation and substance within a paranoid frame (conspiracy and crash) (Howse 2009).

### **Projeto *Peenemünde* e grupos de investigação artística**

Neste evento, abordaram-se temáticas divididas por diferentes grupos de investigação, que podem contribuir para o aprofundar das relações entre arte, ciência e tecnologia e a partilha dos seus imaginários que, nesta reflexão, servem como elemento que propõe uma reflexão mais abrangente dos discursos artísticos e filosóficos na exploração de novas fronteiras territoriais do visível e suas representações. É pertinente apresentar os diferentes grupos de investigação integrados no evento *Peenemünde*, seus interesses, metodologias e conceitos.

### **Data forensics in the landscape**

Este grupo centrava a sua investigação na construção de «data» arqueológica e explorava conceitos, como sedimentação de «data» ou informação, paranoia, criptografia e *decoding*, na análise e exploração de construção de sentido pela informação «data» na abordagem que construíam da paisagem e sua interpretação. Neste grupo, podemos compreender que a leitura do território, lugar, não se centra nas suas propriedades imediatas, mas sim na leitura e codificação, dados e informação que se podem obter da análise desse mesmo lugar. Desse modo, explora um processo de descodificação, transformação dos dados que se apresentam, gerando uma nova cartografia do lugar. É, ao mesmo tempo, um não lugar porque é recriado por princípios de organização e leitura, que são modelos de abordagem do lugar e da paisagem.

Podemos constatar estes processos numa das obras de Martin Howse, *Substrate* (2011/2014),<sup>(10)</sup> que explora estados de insegurança tecnológica e geográfica, eventos onde o ruído e a luz emergem como elementos descontrolados numa cartografia de invisibilidades. Este autor é um dos organizadores do projeto *Peenemünde*.

### **The filmed image, history and pornography**

A investigação desenvolvida por este grupo centrava-se no filme como média, no *software* e na manipulação temporal destes meios. Estavam integrados no *Gravity's Rainbow working group GR* e exploravam relações com a obra de *Gravity's Rainbow* (1973) de Thomas Pynchon, que se apresenta como um dos referentes conceptuais deste evento. Esta obra é geralmente indicada

---

(10) Qcode: 4 (ver apêndice).



como uma influente novela pós-moderna, que foi indicada para o prémio Pulitzer 1974. Outro conceito abordado por este grupo é a pornografia, encarada como paranoia pelo detalhe e o filme como executável. Estes conceitos eram impulsionados para gerar uma visão provocatória e, como podemos constatar, partem de uma interpretação pessoal dos conceitos e sua operatividade nos processos criativos.

### ***W.A.S.T.E as hidden/carrier for hiding and as contemporary networked action***

Este grupo centra a sua atividade na transmissão de informação e relações de rede. Explora a dimensão da ficção como teoria e conspiração, utilizando a linguagem e seu funcionamento como jogo de contradição e construção de código na rede. Este grupo inspira-se no livro *The Crying of Lot 49* (1966), de Thomas Pynchon, e no conceito de W.A.S.T.E, que se caracterizava como um serviço de troca de mensagens *underground*. O grupo propõe analisar os *Darknets*.<sup>(11)</sup> Podemos mencionar o artista Julian Oliver,<sup>(12)</sup> que foi um dos participantes no evento e o seu projeto mais recente, *Border Bumping* desenvolvido entre 2012 e 2014, que se caracteriza como um projeto de deslocação dos média, explorando as telecomunicações como um fenómeno de força invisível que compete com a integridade do território. Este grupo de investigação é interessante, porque explora as potencialidades do espaço virtual e dos campos de informação, colocando em exposição a construção de um outro espaço que é o das tecnologias, informação e universo virtual, como mais uma extensão do mundo.

---

(11) A DarkNet é, no geral, um espaço de atividade obscura e de intenções contracultura e de ideais anárquicos.

(12) Qcode 3. Consultado em 27 de novembro de 2016. «Border Bumping» (2012-2014) de Julian Oliver.

### **Endophysics in practice**

O *workshop Endophysics*<sup>(13)</sup> propõe uma reflexão e utilização dos conceitos da física, de um ponto de vista interno, elaborando processos de racionalização em contacto com a tecnologia. Desenvolve considerações sobre a potencialidade prática e aplicabilidade dos conceitos científicos na arte e sobre a realidade, como experiência e construção de significação. Podemos compreender que a evolução das tecnologias de observação e análise provenientes da ciência contribuem hoje para uma expansão da forma como compreendemos e nos situamos na realidade. Estas tecnologias hiperóticas e hipersónicas fundamentam uma nova cognição sobre o mundo, menos centrada nos objetos concretos e visíveis, transportando a visão para o universo ou para as mais ínfimas imagens da matéria. Dilatam e amplificam a dimensão do que é o mundo, influenciando as suas representações na arte e a forma como adotamos novos modelos de nos situarmos na ambiguidade e contingência do que é o real, lugar ou o mundo.

### **The Black Box**

O grupo de investigação *Black Box* explora a construção e *design* de uma CPU,<sup>(14)</sup> e a sua interioridade. Com o objetivo de mapear<sup>(15)</sup> o mundo. Observamos que o interesse deste projeto articula a utilização da tecnologia como forma de suplantar a necessidade de novos meios para registar, mapear o mundo, numa tentativa de desvendar a multidimensionalidade dos seus campos temáticos, eventos e fragmentos. Utilização técnica como a *reverse*

---

(13) Conceito apresentado por Otto Rössler no seu livro *Endophysics: The World as an Interface* (1998).

(14) Unidade Central de Processamento de um computador.

(15) Entenda-se neste contexto como o acto de fazer uma representação das diferentes partes de um todo por intermédio de um processo de reconhecimento tecnológico no espaço real ou virtual.

*engineering*. Para clarificar o entendimento que temos destas práticas, proponho o conceito de *reverse engineering*, apresentado por Richard Colson.

Reverse engineering is the process of discovering the technological principles of a device or object or system through analysis of its structure, function and operation. It often involves taking something apart (e.g. a mechanical device, an electronic component, a software program), and analyzing its workings in detail (Colson 2007, 46).

Estes processos evidenciam um conhecimento adquirido em contexto informal que provém da utilização e contacto com as tecnologias, permitindo hoje que os sujeitos se expressem na combinação da arte e tecnologia na subversão dos meios tecnológicos e princípios funcionais. Este grupo apresentou também um diagrama ficcional com toda a informação para a construção deste projeto. Explora também relações de linguagem como sistemas de representação, tal como nos é apresentado no plano de intenções do grupo.

### **EM practice**

Este grupo centra a sua investigação em fenómenos espetais, tais como o campo eletromagnético, que se encontra oculto na paisagem com recurso a rádios de longo alcance. Transmitem mensagens e exploram fenómenos de controlo da mente pela utilização do rádio, conectando arte, ciência e espiritualidade.

## Conclusão

O conceito de utopia, de não lugar, é um possível elemento de significação na reflexão contemporânea, que se debruça sobre os campos da representação na *new media art*, por intermédio das tecnologias hiperóticas e hipersónicas. Contribui para analisarmos o mundo no plano das representações como um espaço inacabado em expansão da terra para o universo, entre o real e o virtual. Descentra o sujeito do território e da factualidade do real enquanto objeto por substituição do espectro, do espaço e do tempo. Coloca pertinentes questões sobre a cognição e simulação pela extensão da máquina sensorial humana na análise do mundo e seus fenómenos, que hoje se podem conceptualizar como atuantes sobre a velocidade da luz e sua contingência dinâmica. Nas obras de alguns dos artistas apresentados no projeto *Peenemünde*, podemos sentir alguns dos novos paradigmas aplicados ao som, imagem e teoria crítica ou estética na maneira como argumentam e cruzam conhecimentos da arte, ciência e filosofia, principalmente nas formulações associadas a processos de indeterminismo provenientes do pós-digital. Estas transformações partem de uma geração que recebeu todo um imaginário científico proveniente da literatura, cinema e música, sendo acompanhada por uma evolução das teorias e tecnologias provenientes da ciência e filosofia, que contribuíram para uma nova representação do mundo. Culmina nas abordagens pós-digitais que refletem, na minha opinião, um contexto sócio-tecnológico *cyberpunk* que necessita de uma reflexão na atualidade, enquanto possível modelo crítico para a arte, música e sociedade na compreensão das suas novas inquietações artísticas.

## Referências

- Cascone, Kim. 2000. «The Aesthetics of Failure: “Post-Digital” Tendencies in Contemporary Computer Music.» *Computer Music Journal* 24/4:12–18. Consultado em 20 de Novembro de 2016. [doi: 10.1162/014892600559489](https://doi.org/10.1162/014892600559489).
- Cavallaro, Dani. 2001. *Cyberpunk and Cyberculture: Science Fiction and the Work of William Gibson*. London: Bloomsbury Academic.
- Colson, Richard. 2007. *The Fundamentals of Digital Art*. Lousanne: AVA Publishing.
- Daniels, Dieter. 2014. «Forerunners of Media Art in the First Half of the Twentieth Century», *Media Art Net*. Consultado em 22 de Novembro de 2016. [http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview\\_of\\_media\\_art\\_forerunners/](http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art_forerunners/).
- Howse, Martin. 2006. «[the] xxxxx [Reader]», *1010*. Última modificação em 3 de outubro de 2012. <http://www.1010.co.uk/org/reader.html>.
- Howse, Martin. 2008. «xxxxx\_Peenemünde Publication December 2008» *1010*. Última modificação em 17 de fevereiro de 2014. [http://www.1010.co.uk/org/xxxxx\\_peenemuende.html](http://www.1010.co.uk/org/xxxxx_peenemuende.html).
- Howse, Martin. 2015. «Micro Research», *1010*. Última modificação em 30 de janeiro de 2017. <http://www.1010.co.uk/org/>.
- Licht, Alan. 2007. *Sound Art, Beyond Music Between Categories*. New York: Rizzoli International Publications.
- McCaffery, Larry. 1991. *Storming the Reality Studio: A Casebook of Cyberpunk & Postmodern Science Fiction*. Durham: Duke University Press Books.
- Noble, Richard. 2009. *Utopias (Whitechapel: Documents of Contemporary Art)*. Cambridge: MIT Press.
- Paquete, Hugo. 2014. «Entropia disfuncional: noise, glitch e caos nas artes sonoras.» MA diss., Universidade de Aveiro.
- Rössler, Otto. 1998. *Endophysics: The World as an Interface*. Singapore: World Scientific Publishing Company.
- Steggell, Amanda. 2008. «Peenemünde [xxxxx].» *The Electromagnetic Fountain Blog*, 6 de fevereiro. Consultado a 8 de fevereiro de 2017. <https://ajsteggell.wordpress.com/2008/02/06/peenemunde-xxxxx/>.
- Vanhanen, Janne. 2001. «Loving the Ghost in the Machine; Aesthetics of Interruption», *C-Theory*. Consultado em 20 de Abril de 2018. [www.ctheory.net/articles.aspx?id=312](http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=312).
- Vieira, Fátima. 2001. «The Concept of Utopia.» In *The Cambridge Companion to Utopian Literature*, editado por Gregory Claeys, 3–27. Cambridge: Cambridge University Press.
- Virilio, Paul. 2000. *A velocidade de libertação*. Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- Xxxxx. 2008. *xxxxx Peenemünde, xxxxx*.

---

### Apêndice: Qcodes

Qcode: 1 Obra: «Postpost» presente no álbum Systemisch de Oval, lançado em 1994 pela editora Mille Plateaux.



Qcode: 3 Obra: «Border Bumping» de Julian Oliver (2012-2014).



Qcode: 2 Obra: «Part II» presente no álbum Solo For Wounded CD de Yasunao Tone, lançado em 1997 pela editora Tzadik.



Qcode: 4 Obra: «Substrate Martin» Howse (2011/2014).



# Cruzando real e virtual no filme *Hackers*: sobre práticas de música tecno e cyberpunk

---

ANDRÉ MALHADO

## O estatuto social do *hacker* no género *cyberpunk*

Em meados dos anos de 1990, o realizador Iain Softley entra em contacto com um guião que, nas suas palavras, procurava reflectir uma revolução cultural que estaria para breve e seria interessante explorar no cinema.<sup>(1)</sup> Tratava-se de *Hackers*, um argumento que explora um grupo de jovens com inteligência e domínio tecnológico que lhes permite dominar todas as capacidades técnicas do computador.

Antes de mais, e para compreender as posições e ideologias implícitas na narrativa, julgo ser necessário definir um conceito que é, de certa forma, transversal a todas as implicações e relações que se possa estabelecer com a noção de *hacker* ou pós-humano, que é o de cibernética. A cibernética é o estudo interdisciplinar de sistemas, que surge em meados do século XIX, e que resulta de uma união entre teorias de controlo e teorias de informação. Tem como origem a palavra *kubernetikê*, ou arte de

---

(1) O autor segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Para ter acesso à entrevista, ver nas referências bibliográficas o *link* para o *Den of Geek*.

pilotar, governar, e que conjuga três factores importantes: informação, controlo e comunicação (Hayles 1999, 8).

Este filme representa uma primeira geração de indivíduos que estudava e explorava as potencialidades do computador, a «cultura *hacker*» que Timothy Leary diz ser um nome atribuído por Herman Hesse (Leary 1994, 32) e é, muito provavelmente, coincidente com uma primeira vaga de cibernética que surge entre os anos 1945 e 1960 (Hayles 1999, 7). Leary acrescenta-lhes a denominação de *cyberpersons*, na medida em que procuram informação dentro da rede informática. Pode também aplicar-se o conceito de *cyberpunks*, pois procuram a liberdade, tanto no seu próprio pensamento como para a informação em si, longe do controlo e das regras da sociedade que os rodeia (Leary 1994, 62, 67).

Contudo, neste filme as práticas sociais desta cultura *hacker* têm como fonte de inspiração uma determinada época da história mas, como é evidente, não são puras mas sim fantasiadas pela narrativa. Como prova, temos o exemplo de uma entrevista, realizada pelo *website Hopes & Fears*, vinte anos após o seu lançamento, onde juntam um grupo de cinco *hackers* numa discussão sobre o filme. A par das temáticas mais típicas das narrativas *cyberpunk* presentes neste filme,<sup>(2)</sup> os entrevistados levantam também questões sobre os comportamentos de um *hacker*. Estes apontam, e de certo modo criticam, os hábitos e atitudes demonstradas pelos personagens, dizendo que são pouco ou nada realistas. Contudo, acrescentam que se fosse um filme documental,

---

(2) Seria necessário pelo menos um longo parágrafo para explicar todo o espectro de simbolismo e questões que o *cyberpunk* levanta. Contudo, no contexto deste filme, destacam-se as explorações da realidade virtual altamente hiperbolizada e visualmente quase análoga ao mundo real, dispositivos tecnológicos de informação, como inteligências artificiais, muito desenvolvidos e, tudo isto, apresentado de modo crítico, por forma a mostrar as implicações sociais e culturais que instituíram na sociedade que se vive na narrativa. Para um aprofundamento sobre o tema, ver Featherstone e Burrows (1996); e Cavallaro (2000).



sobre *hackers* reais, seria um filme entediante e os personagens insuportáveis.<sup>(3)</sup>

O argumento do filme, de modo muito sumário, segue Dade Murphy, um *hacker* que aos 11 anos de idade conseguiu entrar em 1507 computadores e causar um golpe económico na bolsa *Wall Street*, sendo condenado até aos 18 anos a ficar longe de qualquer forma de comunicação informacional, tanto computadores como telefones digitais. Já no presente, vamos seguir a sua vida na escola e nos espaços sociais que frequenta com um conjunto de outros *hackers* seus amigos. A dada altura um deles faz *hack* de um supercomputador da Ellingson Mineral Company e o seu técnico informático, que também era um *hacker* corrupto e estava a desenvolver uma inteligência artificial para realizar transferências de dinheiro ilegais, vai organizar um plano para incriminar tanto o jovem que cometeu o acto como os seus restantes companheiros. Toda a restante narrativa é um combate informático, numa luta para provar que são inocentes e levar à justiça o verdadeiro criminoso.

Como podemos ver pelo argumento, este filme não centra a narrativa numa exploração sociológica de estatutos ou comportamentos atribuídos como desviantes (Becker 2001 [1963]) pois, como afirma Andrew Ross, estes *hackers* são vistos aqui como responsáveis por configurar e transformar a cultura da internet, bem como a tecnologia computacional (Ross 1990, 1), e isso é visível pelo papel de heróis que lhes é conferido. Nesta narrativa o técnico informático torna-se a metáfora do poder instituído e exercido nas camadas dominadas da sociedade, estas últimas representadas aqui pelos *hackers* que procuram ser um veículo

---

(3) Para ter acesso à entrevista, ver nas referências bibliográficas o *link* para o *Hopes&Fears*.

para o pensamento contemporâneo da revolução cultural da viragem da década de 1990, que colocava na tecnologia informática a crença na emancipação do sujeito por via da internet.

Estas relações de poder, distinções sociais (Bourdieu 2010 [1979]) e uso da tecnologia como metáfora para uma exploração de problemáticas da realidade, são elementos fundamentais do *cyberpunk*, sobretudo se observarmos a sua origem enquanto género literário. Já no primeiro romance em 1984, *Neuromancer* de William Gibson, o *hacker* simbolizava o excluído da sociedade, mas a sua posição crítica no mundo, conduzia o leitor pelos problemas sociais, e as suas acções, mesmo que erradas à luz do sistema de leis imposto pelo contexto narrativo, são muitas vezes moralmente e eticamente correctas. Gibson é também responsável pela introdução, nessa mesma obra, do conceito de ciberespaço que é «uma alucinação consensual, vivida diariamente por biliões de operadores legítimos, em todas as nações, por crianças a quem se estão a ensinar conceitos matemáticos. Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do sistema humano» (Gibson 2004, 65). O filme apresenta-nos também uma representação imagética de um ciberespaço através do qual o realizador procurou criar uma versão virtual de Manhattan, um local de texto imaginário por onde as personagens navegam para chegar a certos locais virtuais.

Mas falemos agora especificamente da música e de como vai funcionar como uma outra forma de representação simbólica, trabalhando em conjunto com o argumento para reiterar estereótipos ligados à cultura das festas de música electrónica que havia na altura em que o filme foi produzido, transpostos aqui para o contexto social destes *hackers*. Softley trabalhou em conjunto com

Gala Wright e Bob Last, respectivamente a assistente do realizador e o supervisor musical, para escolher um conjunto de músicas que são também uma ferramenta de construção social associadas ao que Softley chamava de *pop culture revolution*.<sup>(4)</sup> Utilizaram, em particular, categorias musicais electrónicas, servindo-se de músicas existentes na época e que pertenciam a bandas já aclamadas nos géneros de house ou tecno, bem como de uma pequena banda sonora, composta especificamente por Simon Boswell e que, no seu conjunto, são esteticamente semelhantes.

### **Construção de práticas e estereótipos sociais por meio de narrativas literárias e musicais**

Falar de música electrónica<sup>(5)</sup> é falar, indubitavelmente, de uma cultura hedonista com características distintivas, como o local onde a prática musical ocorre, bem como os costumes dos que ouvem e também dos que a tocam. Mas essas características, ainda que se apresentem como um conjunto de expectativas face a essas comunidades, «they are perceived and appreciated through the schemes of perception and appreciation which constitute a habitus» (Bourdieu 1993 [1983]). No caso específico deste filme, o esquema de relações com a cibernética patente na utilização da internet, e a sua relação com o esquema das práticas musicais dos seus intervenientes, parece encontrar uma dimensão de correlação na referência ao psicadelismo e uso de estupefacientes. Por essa razão, o realizador decidiu chamar ao clube onde os personagens se juntam para socializar de *cyberdelia*, proveniente da palavra

---

(4) Para ter acesso à entrevista, ver nas referências bibliográficas o *link* para o *Den of Geek*.

(5) Por música electrónica entende-se, de um modo abrangente e no contexto deste artigo, todo e qualquer tipo de música na qual instrumentos musicais electrónicos ou sons de síntese sonora por computador são utilizados.

*cyberdelic*. Esse termo, que funde o prefixo *ciber* com a palavra psicadélico, era aplicado na década de 1980, por exemplo, para representar a imersão no ciberespaço enquanto experiência de psicadelismo, mas também aplicado a práticas de consumo nas festas de música electrónica onde se encontram todo um conjunto de drogas.<sup>(6)</sup> No fundo, o que une ambos os fenómenos é uma busca pela transcendência, quer ao nível abstracto e artificial do ciberespaço que transporta o indivíduo para além do seu corpo e até um estado pós-humano, ou quer pelas drogas psicadélicas que alteram o estado de consciência e intensificam o movimento melódico circular da música electrónica. Nesse sentido, o clube *cyberdelia* representa a quintessência de todos estes elementos da cultura que o realizador procura fantasiar, uma dimensão pós-humana e metafísica.

Esta utilização da música electrónica como forma de identificação sonora de práticas de *hacking* é apresentada à audiência quando os créditos iniciais começam a surgir, a dois minutos do início do filme. Ao som da música tecno «Halcyon On & On» dos Orbital, encontramos uma vista aérea de Nova Iorque rapidamente transformada em imagens de *chips* e ligações de computador (uma das configurações do ciberespaço neste filme), revelando depois a personagem principal em [cena](#) no seu primeiro momento enquanto *hacker*.

Por meio deste elo intertextual mostra-se, de imediato, à audiência uma relação que vai ser proeminente ao longo do filme e que é a utilização de música electrónica para todos os momentos de *hacking*. De acordo com Michel Chion, encontra-se aqui uma técnica de audiovisão onde o som se justapõe à imagem no

---

(6) Para uma explicação mais detalhada ver a entrada «cyberdelic» na Wikipédia *online*.

sentido de a intensificar mas a um nível anempático, visto que a música se desenrola de modo independente e não descreve sonoramente a acção, procurando apenas criar uma atmosfera (Chion 1990, 8). O propósito da relação música e *hacking* é acima de tudo simbólico, na medida em que é um indicador de práticas sociais, onde evoca a imagem de uma cultura em torno da música electrónica, em estreita ligação com o *hacking*.

Nos eventos culturais de música electrónica esta pode provocar delírio, resultado de batidas hipnóticas e melodias repetidas que favorecem um estado de êxtase que assenta no vício (Reynolds 2012, 19). Segundo Baudelaire, o vício traz como consequência algum tipo de castigo ou recompensa, e é esse prazer intrínseco que muitas vezes prende os intervenientes. Acrescenta também, no seu texto «Amor ao infinito» que se encontra na publicação *Paraísos Artificiais*, que o vício do homem contém em si mesmo a prova do seu gosto pelo infinito (Baudelaire 1971, 17). Se transportarmos esse pensamento para a música, podemos encontrar um hipotético infinito, no limite, através dos processos e técnicas que permitem a construção da música electrónica. Como a sua base de construção são motivos curtos, quer sejam melódicos ou rítmicos, que encaixam ao ponto de permitirem repetições contínuas, o tempo desta música poderia, em teoria, ser infinito. Isto é fruto de características de produção musical em estúdio onde o que antigamente podia ser denominado de *suite*,<sup>(7)</sup> existe agora como resultado de técnicas de mistura<sup>(8)</sup>

---

(7) Um conjunto de peças musicais que forma uma outra de maiores dimensões.

(8) Essas técnicas podem ser, por exemplo, *fade in* e *fade out*; sobreposição de dois elementos musicais tocados em simultâneo cujo o ritmo e velocidade sejam exactamente iguais; efeitos como equalizações várias em *loops* podem ajudar a misturar duas músicas cujas tonalidades não são compatíveis, pois distorcem o seu som de modo a aproximá-las sonoramente.

utilizadas pelos produtores ou DJs, onde a transação entre músicas é praticamente imperceptível tornando-as numa única faixa que pode continuar enquanto houver elementos musicais para introduzir e o músico estiver disposto a unificá-los.<sup>(9)</sup>

Ao estado de consciência obtido através da audição de música electrónica com as características acima mencionadas, Simon Cooper chamou de «nível de abstracção» pois não é físico nem contém uma forma definida, mas também pode ser compreendido como um momento de desconstrução e conseqüente construção de uma nova realidade, pois nesse abstracionismo está subentendida uma metáfora do mundo real, projectado a partir de uma linguagem computacional. No entanto, é preciso não esquecer que, quando à tecnologia fantasiada se confere um símbolo muito forte de pós-humanismo, seja através dos indivíduos que a utilizam ou dos espaços físicos que os envolvem, o seu significado tende a gerar ou reiterar estereótipos (Cooper 2014, 7). Críticos, como Heidegger, culpam os ambientes saturados de tecnologia como os demonstrados neste filme, de alienarem o indivíduo, afastando-o das práticas e problemas reais da sociedade (Cavallaro 2000, 29).

Para observar estas práticas e estereótipos sociais, é importante analisar quatro cenas onde a música assume um papel presumivelmente diegético (ver Tabela 1). Digo presumivelmente porque é difícil, em alguns momentos, afirmar concretamente que é diegética, pois não existe nenhum modo de visualizar a sua presença na acção. Contudo, esta música encontra-se num plano sonoro mais próximo e o diálogo das personagens é mais

---

(9) Robert Fink aborda esta questão relativamente à música minimal falando de uma quase ausência de telos pois o processo tonal é dispersado e distribuído pelas repetições de ciclos ao longo de tanto tempo, que confere à música uma quase sensação de infinitude (Fink 2005, 134).

elevado, o que sugere que estão provavelmente a ouvir música tal como a audiência e, por consequência, têm que falar mais alto. A difícil distinção entre música diegética e não diegética também se deve ao facto de quase toda a música no filme ser esteticamente semelhante, quer seja vocal ou puramente instrumental, o que levanta sempre a questão relativamente à origem do que se está a ouvir. Também podemos ver a música num plano metadiegético, apresentando-se como uma segunda narrativa que complementa a acção por meio dos símbolos e relações já mencionados, muitos deles extraídos do contexto cultural a que cada género musical remete.

A primeira cena tem lugar no clube *cyberdelia* quando a personagem principal lá vai pela primeira vez e ouve-se como música de fundo, quase diríamos que para criar ambiente, «Cowgirl» do grupo electrónico Underworld. Esta música encontra-se no género de trance progressivo e passa para um plano mais audível quando as personagens jogam uma versão *arcade* em ecrã gigante de *Wipe Out*, um videojogo *cyberpunk*. Aqui, trata-se claramente de uma cena de sociabilização onde a música tem como papel o de manter-se distante e criar atmosferas,<sup>(10)</sup> não atraindo directamente a atenção dos indivíduos.

A outra situação é uma conversa no balneário da escola onde se ouve a música «Richest Junkie Still Alive (Sand Remix)» da banda de rock industrial Machines of Loving Grace. Encontra-se, possivelmente, a tocar no rádio da escola, pois o seu som é pouco perceptível e é facilmente abafado pelos diálogos juvenis. Foi muito provavelmente escolhida para representar um símbolo

---

(10) Uma definição muito significativa de música ambiente é a de Brian Eno, responsável pela disseminação da mesma segundo esta denominação, e que diz que «must be able to accommodate many levels of listening attention without enforcing one in particular; it must be as ignorable as it is interesting» (Eno 1978).

punk na atitude rebelde dos jovens, pois nesta situação falam de um amigo que entrou ilegalmente num supercomputador chamado «The Gibson» e descarregou um ficheiro muito importante.

Cena ao vivo	Título da música	Banda	Género/ categoria musical
Clube <i>cyberdelia</i>	«Cowgirl»	Underworld	Trance progressivo
Balneário da escola com música a passar na rádio	«Richest Junkie Still Alive (Sand Remix)»	Machines of Loving Grace	Rock Industrial
DJ num espaço de festa	«Connected»	Stereo MC	Trip Hop
DJ num espaço de festa	«Open Up»	Leftfield	House
Clube nocturno	«Inspection (Check one)»	Leftfield	House
Banda a tocar no palco de num clube nocturno	«Good Grief»	Urban Dance Squad	Rap Rock

**Tabela 1.** Quadro demonstrativo das várias cenas do filme em que existe música diegética.

Relativamente ao caso das músicas ao vivo, temos em primeiro lugar um DJ que toca numa festa a música «Connected» de Stereo MC's, quando os *hackers* entram em cena, e mais tarde a música «Open Up» dos Leftfield, que se ouve no momento em que já estão a falar e interagir com um computador. Este momento é importante pois, mais uma vez, demonstra a relação entre a música electrónica e o *hacking*, isto porque ele é simultaneamente um *hacker* e artista musical.

Por último, num outro clube nocturno está a tocar «Inspection (Check One)» de Leftfield, uma música electrónica, e na cena



seguinte um concerto ao vivo da banda de rock Urban Dance Squad, no mesmo local, onde actores simulam em palco uma interpretação da música «Good Grief». É interessante constatar que, no mesmo palco, existe a presença do género electrónico e do rock, mostrando que o realizador provavelmente considerava ambos como característicos destes primeiros anos da década de 1990.

Todas estas manifestações musicais servem, a meu ver, para demonstrar um espectro auditivo que pode rodear uma geração, ao qual estes *hackers* não são indiferentes. Desde as músicas electrónicas presentes em festas ou bares que frequentam, passando pelo que possivelmente poderia ser transmitido na rádio e terminando nos concertos de bandas de outros géneros como o rock. Além do mais, apresentar práticas sociais em ficção, não deixa de representar elementos da realidade que nos rodeia. Castells chama a atenção para o facto da «reality, as experienced, has always been virtual because it is always perceived through symbols that frame practice with some meaning that escapes their strict semantic definition» (Castells 2010, 403). Como tal, o texto apresentado no cinema, tal como as obras literárias do mesmo género *cyberpunk*, abrangem implicações éticas e culturais das tecnologias cibernéticas, que não são totalmente arbitrárias, nem possíveis de desligar da realidade em que se vive.

### **Convergências de pós-humanidade nas sonoridades e práticas digitais**

Mas o que significa, no contexto deste filme, ser-se pós-humano e qual a sua ligação com a produção musical e a música electrónica? Estudos sobre cibercultura têm vindo a levantar um conjunto

de questões relevantes sobre a condição pós-humana. A relação entre o homem e a máquina, por meio de dispositivos que também fazem parte do seu dia-a-dia, levou teóricos e estudiosos como Castells, Haraway e Cavallaro a repensar os limites da humanidade e o que podemos entender como pós-modernidade. Como vimos, pós-humano pode ser o indivíduo que através da imersão no ciberespaço quebra os limites da existência humana e transcende o seu próprio corpo (Bell 2006, 24), isto porque na cibercultura o corpo encontra-se fisicamente envolvido, e metaforicamente transformado em dados e imagens, cujo impacto afecta directamente os seus sentidos (Cavallaro 2000, 29). O local na rede pode ser um simulacro da realidade e, no caso deste filme, uma manifestação da cidade de Manhattan. No entanto, se considerarmos que os computadores podem ser vistos como extensões do corpo humano e se aceitarmos a teoria de Andy Clark relativamente ao modo como formas não evasivas de interacção com a tecnologia nos transformam em pós-humanos (Clark 2003; Haney II 2006), então os *hackers* são definitivamente agentes pós-humanos.

Podemos também encontrar indícios de pós-humanidade nas manifestações musicais e na própria música electrónica. Como tal, parece-me importante observar o modo como a música é composta bem como questões de produção musical e do espectáculo. Apesar de muitas vezes o tecno e outras categorias musicais electrónicas utilizarem a voz humana, a sua génese está na síntese sonora, isto porque é bastante comum a composição musical ser realizada directamente no computador. A manipulação sonora com o propósito de desenvolver novos sons usufruiu dos desenvolvimentos de *hardware* e *software* dedicados à música.

Este paradigma musical parte de uma preocupação pelo timbre, que vai depois levar Robert Beyer e outros investigadores e músicos a desenvolvimentos tecnológicos em torno do som musical, no estúdio de Colónia, na Alemanha dos anos 50 do século passado. Como Darbyshire afirma, a partir do momento em que se utiliza qualquer tipo de *Digital Audio Workstation* para produção musical, ou programação de síntese sonora, a colaboração entre humano e máquina adquire uma conotação pós-humana (Darbyshire 2012).

De um modo geral, a produção musical, como é entendida nos dias de hoje, necessita das tecnologias pois é realizada e/ou manipulada por computadores ou outros dispositivos electrónicos.<sup>(11)</sup> Como tal, também a audição das obras produzidas necessita dessa mesma tecnologia, seja por auriculares que permitam uma experiência individual de escuta, ou através dos concertos onde a música é projectada para um público mais vasto. Isto porque a criação musical desta música de características electrónicas é feita por meio de síntese sonora, o que faz com que esta não possa ser transmitida por nenhum instrumento cuja produção e transmissão sonora seja exclusivamente acústica. É necessário que a linguagem computacional, depois transformada em sinal eléctrico, seja convertida em sinal acústico através do uso de transdutores como os altifalantes – um processo de transformação de informação que é cibernético.

---

(11) A produção de áudio, ou produção musical, é uma forma de criação artística multidisciplinar do ramo da música. Esta engloba todo um conjunto de questões teóricas e metodológicas relativamente à música produzida em estúdio mas que, no caso da criação de música em si, engloba habilidades como a captação de áudio através de microfones, utilização de sistemas digitais de produção, manipulação e mistura de áudio (mesas de mistura, colunas e sistemas de escuta, equalizadores, processadores de dinâmica, processadores de efeitos) e que são apenas possíveis graças à tecnologia de equipamentos e sistemas de áudio que se têm desenvolvido rapidamente nas últimas décadas.

Para exemplificar este uso tecnológico, vejamos a cena da festa em casa da personagem Kate, onde existe a presença de um espectáculo musical («DJ num espaço de festa», Tabela 1). O DJ, que ouve a música que escolhe através de auriculares, interage com o que parece ser uma mesa de mistura, mecanismo responsável por combinar todo um conjunto de técnicas de produção musical, de modo a enviar o som final para uma saída comum. Em cada lado podemos observar monitores e, em cima de um deles, encontramos um sintetizador, um instrumento musical muito utilizado na música electrónica. Nos monitores passam imagens abstractas geradas por computador a que podemos facilmente associar uma das formas como o ciberespaço é visto em alguns momentos do [filme](#) (imagens que encontramos também na cena do «Clube nocturno» da Tabela 1). Estas imagens são remi-niscentes da arte psicadélica, movimento artístico vigente desde a década de 1960 que, por conseguinte, foi inspirado em experiências psicadélicas e alucinogénias provocadas pela ingestão de drogas como LSD.

Toda esta ostentação de tecnologia e enlace entre a música e o *hacking* dão também lugar a uma questão importante. Se considerarmos o processo criativo da música electrónica como algo análogo às ideologias do pós-humanismo, como Darbyshire nos diz no seu artigo, e sendo este filme uma exploração do *hacking* num mundo de características *cyberpunk*, no qual prevalecem as ideologias e problemáticas sociais e existenciais do pós-humanismo, será possível fazer algum tipo de analogia entre estas categorias musicais e o *cyberpunk*? Ainda não foi teorizado um género musical *cyberpunk*, ainda que existam algumas tentativas na internet para descrever essa categoria musical (Biggs

2017; NeonDystopia). Contudo, existem autores, como Simon Reynolds, jornalista musical e crítico inglês, que fazem uma relação entre música eletrônica e *cyberpunk*, por exemplo, como metáfora para falar da música tecno. Reynolds define as músicas «Peacemaker» e «X-Plore H-Core», do dueto de produtores musicais intitulado Nebula II, como tendo uma «veia de *cyberpunk* [...], soa como um coração frio, inorgânico e implacável como um *cyborg* estilo RoboCop<sup>(12)</sup> suprimindo uma insurreição do centro da cidade do século XXI»<sup>(13)</sup> (Reynolds 1999, 214). Neste contexto resta perceber o que o autor entende como «veia de *cyberpunk*», visto que nenhuma das faixas tem letra à qual possamos identificar elementos narrativos do *cyberpunk*, estando limitados à dimensão sonora e assumidamente simbólica, que o autor não especifica.

Fazendo um levantamento de algumas produções de audiovisuais, mas também de bandas desenhadas e, ocasionalmente, literatura, encontramos o uso de música tecno ou pelo menos a menção do gênero musical associado a uma narrativa *cyberpunk*. Para além de filmes como *The Matrix*, *Johnny Mnemonic*, ou séries de animação japonesa como *Serial Experiments Lain* ou *Bubblegum Crisis Tokyo 2040*, também é utilizado em diversos jogos como *Judge Dredd: Dredd vs. Death*, ou a série *Wipeout*, para mencionar apenas alguns. Tornou-se já uma ligação intertextual a que, provavelmente, a audiência se habituou. Contudo, julgo não ser possível, pelo menos com base na informação apresentada neste artigo, afirmar com veemência que música tecno pode ser música *cyberpunk*.

---

(12) Personagem de um filme *cyberpunk* de 1987 de título homónimo.

(13) «Cyberpunk vein, [...] sound as a coldhearted, inorganic and implacable as a Robocop-style cyborg suppressing some twenty-first century inner-city insurrection».

## Banda sonora e promoção de bandas de música electrónica

Como é comum, antes do filme estreiar nos cinemas a produção procurou uma editora discográfica para promover o filme e as músicas em formato de CD. Isso não foi possível porque, segundo o realizador, existia ainda uma certa resistência por parte dos mercados a este tipo de música. Procuravam vender outras categorias musicais como o backbeat ou grunge, e não estavam dispostas a investir economicamente em outros nichos de mercado onde acreditavam que o lucro económico seria mais reduzido.

A banda sonora é lançada três meses após a estreia do filme, com edições nos Estados Unidos, Alemanha, Austrália, Polónia, Bulgária, Rússia (Discogs). Apesar do pouco sucesso na época e do lucro reduzido que adveio do filme, a sua música cristalizou em formato físico um período da história desta cultura musical. Depois desse álbum surgiram mais dois, um em 1997 e outro em 1999, e que são compilações que reúnem mais algumas músicas conhecidas destes géneros entre 1995 e 1999.

Existem algumas características interessantes relativamente à selecção de músicas que englobam. Para começar, apenas o terceiro lançamento inclui duas músicas do compositor Simon Boswell, e ao observar o filme constatamos mais de meia dúzia de materiais musicais diferentes não editados na banda sonora. Estes não coincidem com nenhuma música composta previamente por bandas, mas apresentam semelhanças à estética sonora do compositor Simon Boswell. Do total de 42 músicas que constituem essas três compilações, apenas 14 tocam no filme, sendo que tanto o segundo como o terceiro álbum contêm apenas 2 dessas músicas utilizadas. São um total de 28 músicas que dizem ser inspiradas em *Hackers*, numa variedade de bandas e géneros

com raízes electrónicas, mas deixando de parte as restantes músicas compostas especificamente para o filme.

Será que esta opção pela música existente, já conhecida no mercado, modificou a experiência de interrelação e produção de sentido dos consumidores? E não poderá ter atraído um público específico, potencialmente alienando outros? Como mencionado anteriormente, uma das particularidades da música electrónica é ser construída por camadas. Podemos aceitar uma faixa como um movimento perpétuo, pois os seus elementos constitutivos permitem uma reprodução contínua por meio de pequenos fragmentos constantemente introduzidos ou organizados musicalmente. Cada momento funciona como um ciclo o que, como Reay deduz, faz com que a estética desse género musical seja adequada para uma experiência narrativa não linear (Reay 2004, 379-381). Aqui a não linearidade reflecte-se, a um nível metanarrativo, não tanto na história mas na ligação entre música e situação. Nos momentos em que a personagem está no ciberespaço, a paisagem sonora pode constituir-se por Massive Attack, noutra ocasião Prodigy, ou até mesmo a música «Launch DiVinci» do compositor Simon Boswell. O produto cultural serve-se das particularidades musicais de cada obra para conferir uma inegável singularidade à cena. Assim, esta música não sincronizada com a cena, evoca emoções, estados de espírito ou remete para práticas específicas como é o acto de navegar no ciberespaço (Tompkins 2009, 73) ou ouvir música electrónica. E porque a estética musical é acima de tudo electrónica, propícia para reforçar e/ou construir ambientes tecnológicos e/ou futuristas, qualquer música colocada em cena funciona como uma segunda história que corre paralelamente à

narrativa principal, e o realizador tinha esse objectivo pois afirma-o numa entrevista.<sup>(14)</sup>

Com o lançamento das bandas sonoras, o filme procurou organizar estes padrões de consumo em que os produtores acreditavam, na medida em que marcaram no mercado da música um posicionamento destes géneros musicais – a sua estreita relação com um público-alvo específico, os jovens que faziam parte da cultura em que o realizador afirmava inspirar-se. Definiu assim um produto que, segundo a visão de um conjunto de indivíduos responsáveis pelo desenvolvimento do filme, iria de encontro a um grupo de jovens idealizado, com hábitos e práticas comuns, para além das preferências musicais específicas (Tompkins 2009, 67).

Mas não é o único a utilizar música pré-existente, pois a década de 90 é particularmente rica em lançamentos de compilações de música onde as bandas recebiam um enorme destaque, como é o caso de filmes como *Tomb Raider* ou *The Matrix*, também estes com música electrónica. Joseph Tompkins dá como justificação o facto de isso conferir ao filme um determinado valor cultural, adquirindo por conseguinte uma personalidade reconhecível (Tompkins 2009, 70-71). Trata-se da identidade social do próprio produto que resulta da interacção e justaposição com outros produtos (DeNora 2004, 31), e que neste caso resulta da associação recíproca entre a música, a narrativa do filme e as sociabilidades evocadas. E não podemos esquecer que permite às editoras redireccionar diversos artistas para além do seu habitual nicho de mercado (Tompkins 2009, 70-71).

---

(14) «The music is so wall to wall in the film and I love that. That was the thing that struck me when I saw it recently – to have music playing almost all the way through the film. It's really like another story driver» (Thump 2015).



Mas este par, tecno e *hacking*, continuou imbuído de um valor negativo, na medida em que ambas as culturas são muitas vezes vistas como apenas criminosas, marginais, ou, como constatou Becker, desviantes (2001 [1963]). Partilham uma história extra-textual de perturbadores da ordem social (Tompkins 2009, 77), buscando o seu lugar no mundo através da individualidade e liberdade. A música que melhor representa a sinergia entre ambos é «Hack the Planet» de Brooklyn Bounce. Produzida em 1999, contém uma letra escrita com base no filme, apesar de já ter uma estética mais focada no house ou trance. Para além de enunciar os nomes dos *hackers*, a sua letra exprime motes da cultura ao ouvir-se «Hack the planet, hack the system, hackers unite». Guerreiros unidos contra a classe dominante usando a tecnologia como uma arma, são *cyberpunkers* dispostos a ingressar na criminalidade se isso lhes permitir retomar o controlo do planeta e alcançar o que consideram ser a ordem social (Cavallaro 2000, 21). Pode dizer-se que esta música é uma óptima representação do filme e, possivelmente, se tivesse sido escrita até à produção do mesmo seria apresentada nos créditos finais como o seu tema musical principal. Representa ideologias e o propósito principal da cultura *hacker*, ir contra o sistema que consideram corrupto.

## Conclusões

Tudo o que foi referido serve o propósito de fazer ver que a cibercultura é um fenómeno já com bastante impacto na década de 1990 e que encontra, neste filme, alguns paralelos com a música da altura. Como acontecia em outros períodos da história, como no início do século XX onde a música e outras artes como a pintura ou a literatura se influenciavam mutuamente e permeavam a vida

da sociedade, encontramos aqui o mesmo sintoma. *Cyberpunk* é um modo de colocar a tecnologia em evidência e de a utilizar como uma ferramenta de criação artística, mas também com uma crítica social bastante explícita. Numa era onde a industrialização é intensa, a tecnologia como a dos computadores, e a música electrónica, estão intimamente ligadas devido à sua condição pós-humana, e conseqüentemente revelam uma pós-modernidade eminente. O conhecimento é cada vez mais partilhado, o pluralismo e a contaminação muitas vezes inevitável, e os contextos e sistemas sociais são cada vez mais determinados por uma sociedade que se encontra em rede.

A sociedade em rede é uma das teorias de Manuel Castells, um dos principais sociólogos no que toca aos estudos da cibercultura. Ainda que não tenha estudado especificamente o fenómeno do *hacking*, reconhece a sua importância para o modo como a sociedade, em torno da internet, tem vindo a ser desenvolvida (Castells 2010, 107-108). Uma das suas teorias reporta à noção de fluxo, que pode ser entendido como um espaço onde se entrecruzam todo um conjunto de informações provenientes de práticas sociais em constante mutação. Este fluxo apresenta-se como um conjunto de pontos, onde é partilhada informação, que podem corresponder a pessoas, cidades, nações, entre outros. Mais tarde, isso irá dar origem à noção de Internet das coisas, onde todos os dispositivos físicos encontram-se conectados por meio de ligações de internet. Não obstante, parece-me ser possível aplicar o mesmo a qualquer tipo de sistemas e grupos sociais que interajam com tecnologia. Se cibercultura é a ligação entre o homem e o artificial, o fluxo segue a partir do homem na medida em que este procura através do seu intelecto

produzir novos meios de tecnologia. Todavia, a tecnologia também reenvia informação e torna-se um agente social responsável pela reestruturação da identidade do indivíduo, levando-o a gerar novos pensamentos e conhecimento (DeNora 2004, 46-47).

No que toca às artes, e podemos transportar isso para a música, Susan Langer define-as como formas abstractas representativas de um determinado símbolo, algo tão intenso que leva a nossa imaginação a transformá-las em emoções ou imagens determinadas (Langer 1957, 71). Assim, a música não é emoção mas sim o seu reflexo, algo que se activa quando determinado fluxo é percorrido. Talvez seja por isso que muitos ouvintes de música electrónica são transportados para um determinado mundo transcendente, um estado metafísico onde o som é capaz de provocar no ouvinte sensações que resultam de padrões de tensão e resolução, expectativa e antecipação, vício ou paz momentânea.

Robert Fink, na sua obra *Repeating Ourselves: American Minimal Music as Cultural Practice* aborda esta questão do fluxo ligada à música minimal. Constata que na música minimal, que também possui algumas das características de composição mencionadas anteriormente, como as pequenas células melódicas e os padrões cíclicos, o fluxo tende a construir uma temporalidade expansiva. No final, talvez a maior ligação entre o *hacking* e a música electrónica seja esse fluxo, pois são duas práticas sociais responsáveis por transportar os seus intervenientes, por meio de ligações tecnológicas, para ambientes ciberculturais. Como diria Fink, a música repetitiva coloca os ouvintes numa «electronic drug trip» (Fink 2004, 132-134).

## Referências

- Baudelaire, Charles. 1971. *Paraísos artificiais*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Becker, Howard. 2001 [1963]. *Outsider: Studies in the Sociology of Deviance*. New York: The Free Press.
- Bell, David. 2007. *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. London: Routledge.
- Biggs, Billy. 2017. «What Is Cyberpunk Music?» *Project.Cyberpunk*. Consultado em 30 de Julho de 2018. [http://project.cyberpunk.ru/idb/what\\_is\\_cyberpunk\\_music.html](http://project.cyberpunk.ru/idb/what_is_cyberpunk_music.html).
- Bourdieu, Pierre. 1993 [1983]. «The Field of Cultural Production, or: The Economic World Reversed.» In *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Columbia: Columbia University Press.
- Bourdieu, Pierre. 2010 [1979]. *A Distinção: uma crítica social da faculdade do juízo*. Lisboa: Edições 70.
- Branwyn, Gareth. 1991. *Beyond Cyberpunk!: The Web Version*. Consultado em 27 de Abril de 2018. <http://www.streettech.com/bcp/BCPgraf/4zones.html>.
- Brian Eno. *Ambient 1: Music for Airports*. EG Records Ltd 2310647, 1978. CD.
- Castells, Manuel. 2007. *The Rise of the Network Society*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Cavallaro, Dani. 2000. *Cyberpunk and Cyberculture*. London: The Athlone Press.
- Chetrit, Simon. 2015. «Hackers Watch Hackers.» *Hopes&Fears*. Consultado em 5 de Abril de 2017. <http://www.hopesandfears.com/hopes/future/technology/214663-hackers-watching-hackers-the-movie>.
- Clark, Andy. 2003. *Natural-Born Cyborgs: Minds, Technologies and the Future of Human Intelligence*. Oxford: Oxford University Press.
- Cooper, Simon. 2014. *Technoculture and Critical Theory: In the Service of the Machine*. London: Routledge.
- Darbyshire, David. 2012. «Post-Humanism and Music Production: An Essay.» Consultado em 5 de Abril de 2017. <https://loudmimedave.wordpress.com/2012/01/16/post-humanism-and-music-production-an-essay/>.
- Den of Geek. 2013. «Iain Softley Interview: Trap For Cinderella, Hackers & More.» Consultado em 5 de Abril de 2017. <http://www.denofgeek.com/movies/iain-softley/26370/iain-softley-interview-trap-for-cinderella-hackers-more>.
- DeNora, Tia. 2004. *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Discogs. 2017. Consultado em 9 de Abril. <https://www.discogs.com>.
- Featherstone, Mike e Roger Burrows, eds. 1996. *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk: Cultures of Technological Embodiment*. London: SAGE Publications.
- Fink, Robert. 2005. *Repeating Ourselves: American Minimal Music as Cultural Practice*. Berkeley: University of California Press.
- Gibson, William. 2004. *Neuromante*. Lisboa: Gradiva.
- Haney, William S. 2005. *Cyberculture, Cyborgs & Science Fiction*. Amsterdam: Editions Rodopi.
- Hayles, Katherine. 1999. *How We Became Posthuman*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Langer, Susanne K. 1957. *Problems of Art*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Leary, Timothy. 1994. *Chaos & Cyber Culture*. Berkeley: Ronin Publishing, Inc.
- Mammoser, Gigen. 2015. «Why Hackers' Cyberpunk Soundtrack Still Matters, According to Director Iain Softley.» *Thump*. Consultado em 5 de Abril de 2017. [https://www.vice.com/en\\_us/article/3dek75/why-hackers-cyberpunk-soundtrack-still-matters-according-to-director-iain-softley](https://www.vice.com/en_us/article/3dek75/why-hackers-cyberpunk-soundtrack-still-matters-according-to-director-iain-softley).
- Neon Dystopia. 2018. «Cyberpunk Music.» Consultado em 30 de Julho de 2018. <https://www.neondystopia.com/cyberpunk-music/>.
- Reay, Pauline. 2004. «Music in Film: Soundtracks and Synergy.» *Popular Music* 26/2:379–381.
- Reynolds, Simon. 2012. *Energy Flash*. Berkley: Soft Skull Press.

- Ross, Andrew. 1990. «Hacking Away at the Counterculture.» *Postmodern Culture* 1/1. Consultado em 27 de Abril de 2018. <http://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.990/ross-1.990>.
- Tompkins, Joseph. 2009. «What's the Deal with Soundtrack Albums? Metal Music and the Costumized Aesthetics of Contemporary Horror.» *Cinema Journal* 49/1:65–81.
- Wikipedia. 2017. «Cyberdelic.» Última alteração a 1 de Janeiro. <https://en.wikipedia.org/wiki/Cyberdelic>.
- YouTube. 2018. «"Hackers" (1995) flying over New York City.» Última alteração a 14 de Maio. [https://www.youtube.com/watch?v=9c4KG\\_8iTZM](https://www.youtube.com/watch?v=9c4KG_8iTZM).
- YouTube. 2018. «Hackers dream and party scene.» Última alteração a 14 de Maio. <https://www.youtube.com/watch?v=EklmUZF6lm0>.

# 05. Convergências digitais: música e tecnologias

---

# Composição na era digital: novas ferramentas, novos sons e novas músicas?

RUI PEREIRA JORGE

(1)

A composição musical, sobretudo a partir da segunda metade do século XX, devido à presença tecnológica cada vez mais abrangente, encontrou-se numa situação de alguma dúvida no que diz respeito a conceitos fundamentais, bem como nas metodologias de trabalho, versando aspectos práticos do processo de composição. A razão fundamental teve que ver com essa presença tecnológica, na medida em que esta implicou um conjunto de mudanças nos processos de composição, considerados em geral. A problematização dos alicerces daquilo que poderemos chamar, em sentido lato, como metodologia de composição, não é, na verdade, algo de completamente novo. A história da música sustentou-se precisamente neste processo de mudanças conceptuais e alterações metodológicas, nem sempre evidentes, que foram ocorrendo ao longo dos séculos. O que podemos avançar aqui de particular relativamente ao que se passou no século XX? Na verdade, tratou-se de um conjunto de mudanças de tal forma radicais – no sentido em que implicaram as raízes do processo de composição – que muitos tenderam a considerar que se estava perante um

(1) O autor não segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990.

novo continente anteriormente desconhecido. Descontando uma certa idolatração da novidade tecnológica, o que podemos afirmar com segurança é que algumas mudanças efectivas aconteceram, sobretudo a partir do momento em que os processos de digitalização e respectiva manipulação de som se generalizaram. É sobre essa problemática que este ensaio se debruça. O propósito fundamental é o de esclarecer até que ponto é que essas mudanças, sobretudo a nível daquilo que poderíamos considerar a dimensão instrumental do processo – instrumentos novos, possibilidades de registo e reprodução inéditas –, implicaram alterações no que diz respeito à composição musical.

Parece-nos importante clarificar algumas noções como a de género, bem como algumas práticas como a de composição musical, com vista ao questionamento do que está em causa na composição contemporânea, nomeadamente naquela que se faz no pós-digital. Por um lado, evitando uma *fetichização* tecnológica que tende a associar a novidade tudo o que tenha um carácter complexo, engenhoso ou de artefacto. Por outro lado, tentando mostrar o que está em causa no acto de composição, agora como antes, de modo a podermos considerar a composição face ao conjunto de possibilidades avançadas a partir do momento em que se verifica uma presença consistente de processos de criação e manipulação digital de som.



Um género é apenas uma classificação que se faz de um objecto ou conjunto de objectos artísticos, neste caso de âmbito musical. Nem sempre adianta muito acerca da definição do próprio objecto, mas também não traz nada de mal se for visto apenas como hipótese de estudo ou possibilidade de estabelecimento de conexões e afinidades com objectos próximos, vincando sempre o lado provisório e dinâmico dessas ligações. Uma catalogação implica sempre alguma dose de restrição e, por outro lado, é facto que ela ajuda à percepção dos objectos envolvidos ao sublinhar essas proximidades estéticas, metodológicas ou de outro tipo. Se virmos a classificação de géneros mais como um mapa que nos permite a navegação num território, e não apenas o estabelecimento de uma grelha rígida de análise, estaremos a usufruir do que de interessante essa classificação nos aponta. Percebe-se o horror que muitos têm a essa classificação, sobretudo porque não querem sentir isso como uma prisão. Mas a definição de traços e de ligações entre elementos de um conjunto não é, necessariamente, prejudicial para os participantes envolvidos, assim saibamos perceber isso com a devida distância.

Tão importante como a questão da validade do género, enquanto classificação estruturante do próprio objecto, é conhecermos como é que funciona o aparecimento dessa nomenclatura. O género musical nasce de uma necessidade em classificar, em ordenar, em agrupar o que, pela sua natureza, pode parecer próximo. Acontece na música, nas outras artes e noutras áreas, sempre que se traçam identidades, sejam elas de que tipo forem. É assim que entendemos aqui o género musical: agrupamentos de semelhanças e proximidades (técnicas, estéticas, sociais, históricas, etc.) e nada de mais estruturante além disso.

Vejam os a curiosa utilização que é feita do conceito de género por um dos mais antigos e relevantes pensadores de questões de estética musical – Platão – sublinhando a importância conferida pelo filósofo grego a tal delimitação, como se ela fosse estruturante de toda a posterior análise musical. O que significa que, desde muito cedo, esta questão do género musical foi considerada, como demonstra esta citação de Platão na *A República*:

*Acautelem-se o mais possível com receio de, se alguém disser que os homens apreciam sobretudo o canto que tiver mais novidade, se julgar talvez que o poeta quer referir-se não a cantos novos, mas a uma maneira nova de cantar, e que a elogia. Tal coisa não deve louvar-se nem entender-se assim, porquanto deve ter-se cuidado com a mudança para um novo género musical, que pode pôr tudo em risco. É que nunca se abalam os géneros musicais sem abalar as mais altas leis da cidade, como Dâmon afirma e eu o creio (Platão 1990, 424c).*

A frase em itálico é de Homero na *Odisseia* e Dâmon era um músico e estudioso da actividade musical da época de Platão. Sendo *A República* um texto inaugural no que diz respeito ao pensamento ocidental, não é ao acaso que Platão se dá ao trabalho de alertar para essa influência nefasta que os novos géneros musicais possam ter. Noutra parte do livro chega mesmo a definir os modos mais aconselháveis para a juventude e os que deveriam de todo ser rejeitados: rejeição do Lídio, defesa do Dórico, por exemplo. O abalo das leis da cidade é uma metáfora, que quem estudou minimamente a cultura grega da época sabe que significa colocar em causa o que de mais rigoroso e importante existe. E porque é que assim acontece? A questão de Platão

passa sobretudo pela capacidade que a música tem de suscitar o que de mais estranho, desconhecido e surpreendente existe no humano. O problema passa por constatar que a música, depois de muito trabalhada para ser um símbolo de ordem, rigor, harmonia e equilíbrio, facilmente potencia desordem, estranheza, diferença e o desconhecido.

A evocação desta citação de Platão, entre outras coisas, remete-nos para o que há de mais profundo e radical na actividade de composição musical – a procura do novo. Aceitando como legítimas muitas interpretações do texto platónico sobre o estado, a educação, a devoção religiosa, o cumprimento legal ou outros elementos da sociedade grega que possam estar em causa, orientamos a citação de Platão no sentido da novidade implicada sempre que a composição como desígnio criativo acontece. A criação faz-se nesse balanço entre o que existe e o que está para vir. Balanço que nunca foi fácil: o equilíbrio no fio, a que o compositor tem que ser capaz de proceder, para legitimar o novo no meio do habitual, o diferente no meio do igual, o surpreendente no meio do comum. É aí que devemos colocar a composição musical. Parece-nos sensata a ideia de que a virtude deve estar no meio: nem a recusa total da novidade, nem a novidade pela novidade apenas. Algures nesse equilíbrio difícil tem lugar a composição musical como criação artística.

O título deste texto aponta para a questão do digital. O que é que a partir do digital acontece ao nível da criação musical e como é que colocamos a questão dos géneros, estilos, escolas e movimentos no meio dessa equação? O que é que há aqui de novo a partir do digital? Já vimos que a novidade em música deve ser sempre perspectivada num binómio, numa relação tensa que existe entre a construção e a destruição. E isso significa que compor implica negar. Fazer o novo implica rejeitar o passado. Quem cria rebela-se sempre contra qualquer coisa. Colocando a equação ao contrário: quem se acomodar totalmente não estará a criar algo que valha a pena. Façamos um outro alerta: não devemos sucumbir a uma *fetichização* do novo só porque é novo, como bem o expressa Francis Fukuyama na seguinte frase: «Don't believe the marketing hype of the techie types who tell you that newer is always better.» (Fukuyama 2011, 1) A criação musical faz-se a querer sair, a querer libertar, mas para se poder sair é preciso estar em algum sítio, só se sai de onde se está, o que acontece por oposição ao que anteriormente existia. A polifonia por oposição à monofonia. O atonalismo por oposição ao sistema tonal, por exemplo. Reforcemos este carácter conflituoso porque se trata aqui de algo que remete para um âmbito criativo e não o sentido mais literal do conflito como algo que não conduz a nada de profícuo. É também assim na música, como David Toop refere num ensaio sobre música e improvisação: «life, like improvised music, is a disturbing conflict between predictability and contingency.» (Toop 2016, 1) Porque criar música consiste em procurar aquilo que ainda não se ouviu – é inventar. Como afirma Schönberg numa associação muito curiosa com a ideia de improvisação: «composing is a slowed-down improvisation; often

one cannot write fast enough to keep up the stream of ideas» (Schönberg 1950, 98).

Voltemos a atenção para a questão do digital. E por digital, aqui, referimos algo de mais abrangente como o arquivamento do som, a sua manipulação, a sua comercialização e divulgação – qualquer coisa que podemos situar como estando consolidada a partir da década de 90 do século xx, embora com vários antecedentes umas décadas antes. O que é que o digital trouxe de novo para a equação a ser aqui considerada? Se a música é som, na base do que há de mais genuíno na música estão os sons. As notas, as escalas, os tempos, entre outros, já são classificações que estão para lá desses mesmos sons. Os processos de manipulação digital possibilitaram a inclusão, a criação, a manipulação, a reconfiguração de novos sons. E, nesse sentido, o digital vai, pelo menos, permitir uma renovada atenção à questão da natureza do som, do tal som antes das escalas, dos modos e dos tempos. Mas a era do digital é, a este respeito, aquela onde o compositor se pode perder, mais por excesso de material a considerar do que por falta dele: vive-se no período da multiplicidade do som – tudo faz som, em todo o lado há som, a toda a hora somos submetidos ao som e isto tem um preço a pagar – o de nos encontrarmos numa situação de excesso que pode causar algum distanciamento por exagero. Por outro lado, esse alargamento da paleta sónica traz vantagens. Assim aconteceu noutras artes onde desenvolvimentos técnicos permitiram novos materiais, como tintas na pintura e novo trabalho sobre elas, por exemplo. Na música, o surgimento de novas ferramentas trouxe o alargamento da paleta de materiais a considerar. Há mais sons para ouvir e mais sons para compor, o que, apontando

para vantagens, também pode acarretar desvantagens como a dispersão e a desatenção face a essa multiplicidade.

O que significa que a inclusão abrangente dos processos digitais na música, ao implicar com as metodologias e práticas alargadas de composição, execução e divulgação musicais, está, ainda assim, longe de nos colocar num território absolutamente novo. No fundo o que está a acontecer é da ordem do que já antes tinha sucedido na história da música sempre que algo de estruturante se abalou ou modificou, com todas as implicações daí decorrentes. Porém, os géneros continuam a fazer sentido, bem como novos géneros continuam a surgir e outros a desaparecer, umas vezes mais depressa, outras vezes menos, e com mais ou menos alarme. Os géneros existem neste equilíbrio instável entre repetição e diferença. Temos que, de alguma maneira, nos acostumar ao que ouvimos para isso nos fazer qualquer espécie de sentido (repetição), bem como propor, aceitar, procurar sair do mesmo porque só assim a música atinge a plenitude enquanto arte e criação (diferença).

O que muda especificamente com o digital? Ao nível metodológico os procedimentos são alterados, a aprendizagem é alterada, o modo de se lidar com o processo é globalmente modificado. Por outro lado, onde antes um género implicava quase sempre a negação do anterior, hoje temos uma simultaneidade pacífica de múltiplas abordagens musicais que, embora muito distantes a vários níveis, não implicam uma negação taxativa umas das outras. E o digital facilita uma espécie de confluência que poderemos dizer inédita: enquanto anteriormente os géneros, as diferenças musicais se tendiam a excluir, hoje temos uma ideia comum, em termos de mentalidade criativa, de que os géneros

se convocam e se misturam, havendo vantagem nisso. E esta é uma questão que nos parece pertinente no contexto do ensaio: o digital originou uma simultaneidade de metodologias, correntes estéticas e artísticas, muito mais evidente. Digamos que a evolução se faz de uma forma em que o linear, embora continuando a existir, não aponta um caminho único tão restrito, mas sim uma multiplicidade de traçados e elementos que se cruzam e evoluem até de forma paralela, ora com mais, ora com menos distanciamento. É nesse sentido que a ideia de multiplicidade e cruzamento do diverso, ao nível da mais estrutural prática musical, se mostra tão relevante. Sem dúvida que a alteração de procedimentos a partir do digital para isso contribuiu. Vejamos os dois exemplos seguintes, que nos parecem emblemáticos deste carácter aparentemente disperso da composição a partir do digital, mesmo quando procedimentos de natureza digital não são utilizados, como é o exemplo de *Speedfreaks* de Naked City, uma música que consiste em tocar em menos de um minuto, uma sucessão rápida de pequenas sequências dos mais diversos géneros musicais. Nesse sentido podemos escutar *Speedfreaks* quase como um manifesto do que é esta questão da inclusão do género. Ou seja, uma espécie de torre de Babel de várias linguagens musicais onde as mais distantes e dispersas se cruzam e confluem assumindo de forma surpreendente uma coerência orgânica. Quase como se disséssemos ao compositor contemporâneo que nada tem que ficar de fora da sua paleta de materiais com vista à composição.

Um outro exemplo, e este com a sua concretização assente em metodologias dependentes do digital é a proposta do colectivo inglês de música marcadamente experimental que assina com

o curioso nome de Stock, Hausen and Walkman (piada à tripla de produtores de música pop de sucesso comercial nos anos 80, Stock, Aitken and Waterman e também a Stockhausen) no álbum *Oh My Bag!*, de 1998, no qual o processo de composição consistiu na junção de vários sons, sequências e *loops* de músicas já existentes. O que caracteriza este grupo é o facto de as suas composições serem elaboradas a partir da colagem digital de sons, fragmentos, de outras músicas das mais diversas proveniências. A ideia é antiga, não foram sequer os primeiros a praticá-la, mas são um exemplo que leva ao extremo essa criação musical a partir da montagem em que o compositor/músico não toca uma única nota (no sentido comum de execução de um instrumento musical), alargando assim a paleta sónica do compositor, onde qualquer elemento, sequência, entre outros, que se ouça pode ser utilizado.

Há uma espécie de ironia em fazer da mais perversa, iconoclasta e destravada mistura de géneros, um género musical. Que já se fazia anteriormente, como foi o caso emblemático dos Naked City, mas que o digital elevou à categoria de proposta musical aceite por várias comunidades estéticas, dando, a partir daí, origem a mais um conjunto de géneros.

---



Na verdade, o que está aqui em causa é a história da música a acontecer. Muitos tentam apontar para uma espécie de fronteira, na qual o novo não tem nada que ver com o que existia, porque a dimensão das mudanças parece ter sido de tal modo abrangente como poucas vezes na história da música tinha sido. Mas não devemos ver aí um nascimento de um mundo completamente novo, uma vez que a evolução musical se faz sempre num contexto de continuidade, por mais difícil que isso de imediato nos possa parecer. Nascimento de novos géneros? Sim, mas isso acontece desde sempre na história da música. Nascimento de novas ferramentas? Sim, a história da organologia diz-nos que o fabrico, aperfeiçoamento e invenção de instrumentos é algo que sempre existiu. O que verificamos é que o leque de alterações é vasto, disperso e difícil de enquadrar numa linha de sequência temporal mais ou menos estável, uniforme e única, daí muita da exaltação que surge a partir dessa novidade tecnológica.

Prova disto é que a evolução musical não se esgotou nos primeiros momentos desse aparecimento do digital – dizemos isso agora, que já temos algum distanciamento face a essa época. O que significa que, se não se esgotou aí, há ainda caminho por desbravar. Daí regressarmos ao início. A composição musical faz-se, sobretudo, assente em noções como a de novidade, criatividade, experimentação, cruzamento, aperfeiçoamento e é sobre essas práticas que devemos reflectir para perceber melhor o que está em causa na composição musical, qualquer que seja a época ou os procedimentos envolvidos. Assumindo que as ferramentas nunca são apenas ferramentas, ou melhor, que elas são sempre mais do que elas próprias, ou seja, estendem-se a ponto de se tornarem perceptíveis no objecto a que deram origem, isso não

nos deve impedir de as vermos como isso mesmo: ferramentas às quais devemos dar o devido distanciamento, sob pena de obliterarmos parte fundamental do processo de composição que é precisamente a noção de criação. E essa está para lá dos factos, mais ou menos tecnológicos, que ocorrem em determinado momento. Se tivéssemos que responder à questão lançada no título diríamos: sim, no fundo, a história da música a acontecer, agora tal como sempre.

## Referências

Fukuyama, Francis. 2011. «All Hail... Analog?» *Wall Street Journal*. Consultado em Fevereiro de 2017. <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703529004576160300649048270>.

Platão. 1990. *A República*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Schönberg, Arnold. 1950. *Style and Idea*. New York: Philosophical Library.

Toop, David. 2016. *Into the Maelstrom: Music, Improvisation and the Dream of Freedom*. New York: Bloomsbury.

# Analisar música hoje: novos paradigmas, novas tecnologias

---

ISABEL PIRES

«music can never cease evolving;  
it will continually reinvent the world in its own terms.»  
(Crumb 1980)

O século XX foi prolífero no desenvolvimento de novos arquétipos artísticos. As artes, e a criação musical em particular, influenciada tanto por contextos sociais e ideológicos em mudança permanente, como pelo crescente intercâmbio cultural e desenvolvimento tecnológico, sofreram ao curso do século transformações profundas. Essas transformações, criadoras de novas estéticas, novas linguagens, novas sonoridades e novas técnicas (de composição, mas também de *performance*), têm posto à prova as abordagens musicológicas mais habituais.

Analisar música hoje é um desafio por vezes desconcertante.

Como olhar para uma obra musical cuja técnica utilizada pelo compositor se desconhece? Ou, como analisar uma obra musical cuja partitura é não-convencional ou inexistente? Que técnicas, metodologias, tecnologias ou conceitos podem ser úteis à análise musical no contexto actual?

A diversidade musical que nos envolve, onde passado e presente coabitam, onde máquinas e instrumentos partilham o palco, exige do musicólogo o desenvolvimento de novas metodologias. Apoiando-se no conhecimento dos métodos de trabalho mais tradicionais e recorrendo às ferramentas tecnológicas mais avançadas, não descuidando o contexto de criação da obra, o analista tem hoje à sua disposição um conjunto de meios e de conhecimentos que lhe permitem trazer um olhar diferente sobre a obra musical.

O presente texto, mais do que responder a estas questões, procura reflectir sobre a multiplicidade de propostas, técnicas e métodos que se têm desenvolvido nas décadas recentes no âmbito da análise, e a sua adequação ao contexto musical e musicológico actual.

---

Com o desenvolvimento, a partir do final da década de 1940, de práticas e técnicas que são comumente identificadas como Composição Assistida por Computador (CAC), a informática aplicada à música, nomeadamente no campo da composição musical, seja de música electroacústica ou instrumental, começou a criar um conjunto de documentos que divergem daqueles produzidos pela música notada manualmente em papel. Embora os primeiros sistemas se aproximem da ideia tradicional de partitura e orquestra,<sup>(1)</sup> ao nível da música sintetizada por computador, a automatização do cálculo de notas, dinâmicas, durações,

---

(1) A autora não segue o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. A respeito do uso da ideia musical de orquestra e partitura na concepção de sistemas de composição em computador, ver Mathews (1974).

velocidades e suas variações expressivas, permitiu ao compositor trabalhar de forma muito diferente, podendo automatizar tarefas que, manualmente, lhe tomariam muito tempo. Não é apenas a música electroacústica ou a música cuja composição foi, de algum modo, assistida por computador que coloca desafios ao analista. Outras obras musicais envolvendo tecnologias eléctricas, electrónicas ou digitais na sua produção, ou nas quais outros meios como imagem, luz ou o espaço, tão relevantes quanto as sonoridades, os ritmos e as melodias, colocam igualmente dificuldades na utilização ou adequação das metodologias de estudo musicológico mais habituais.

No âmbito de estudos analíticos de obras musicais, especialmente aquelas que dependem, na sua integridade enquanto obra, de outros componentes (i.e. documentos e meios tecnológicos, que vão além da partitura e do seu estatuto de mediador entre o compositor e o público através do intérprete), são raros os trabalhos que incluem e integram num mesmo estudo a análise de todos os elementos que a constituem. Por exemplo, numa obra que recorra a música, imagem e *performance*<sup>(2)</sup> é fácil encontrar estudos de cada um dos seus elementos preponderantes: análise da música (partitura e/ou som), análise da imagem, análise da *performance*, mas raramente uma *análise da obra total*, na qual todos os elementos que constituem a obra são estudados ao mesmo nível para produzir sobre ela um ensaio tão completo e integrado quanto possível.

Mas se a documentação produzida durante a composição destas obras é diversa, a partitura (com notação tradicional), guiões,

---

(2) Entenda-se aqui por *performance* uma presença e atitude em palco que não se limite à estrita execução de uma obra musical, mas antes integre elementos que possam aproximar-se, de certa maneira, de uma representação mais ou menos teatralizada ou encenada.

imagem, som e os restantes documentos, são muitas vezes apenas alguns dos elementos indispensáveis ao estudo da obra musical e à sua interpretação. Estudar cada um desses elementos pode exigir um conjunto de competências específicas que só recentemente chegaram ao campo da musicologia.

A diversidade de abordagens e crescente especialização de métodos e técnicas de análise, assim como a variedade de tipos de documentos que integram a obra, dificulta o trabalho do musicólogo analista, exigindo-lhe novas competências e conhecimentos de áreas muito diversas da ciência e da técnica. Assim, um trabalho em equipa será desejável na abordagem das obras mais complexas que exigem especialidades e competências diversificadas. Essas competências adicionais podem passar pela análise de sinal, estudo de ficheiros de programação ou de sistemas de interacção, guiões vários, cenários e imagens, passando pela partitura tradicional, quando esta existe, assim como por documentação adicional que possa subsistir (entrevistas, notas, críticas, ou mesmo indivíduos que, de algum modo, participaram na criação ou *performance* da obra). O trabalho de musicólogo, tantas vezes solitário, deve tornar-se actualmente cada vez mais um trabalho de equipa, efectivamente multidisciplinar, que visa, tal como no passado, a compreensão da obra musical como um todo no seu contexto, contexto esse que é hoje cada vez mais tecnológico e documentalmente diversificado.

Para os documentos mais comuns na prática da análise musical: as partituras prescritivas,<sup>(3)</sup> gráficas em todo o caso, constituídas por notação simbólica ou outra, a musicologia desenvolveu

---

(3) Consideramos aqui partitura prescritiva toda aquela que é constituída por um conjunto de grafismos – sejam eles os símbolos mais tradicionais ou outros que, quando traduzidos e interpretados, permitem a realização da música.

desde há muito metodologias consistentes, aplicáveis não só às partituras mais tradicionais, mas também a algumas partituras ditas gráficas, específicas. O estudo de estruturas internas, formas globais, melodias, harmonias, ritmos, timbres, densidades, texturas, entre outros aspectos, está facilmente acessível na maioria destas partituras. Ainda assim, nem todas as partituras gráficas oferecem ao musicólogo o acesso fácil a estes aspectos, se « Le "graphisme musical" [...] peut être la représentation, la mise en image de procédés permettant de produire la musique, ou bien il peut inspirer l'imagination et la réalisation musicale par le biais d'association » (Ligeti 2001a, 164), nem sempre é possível partir desse grafismo para o estudo musicológico da obra. Como analisar obras como *Fontana Mix* (1958) de John Cage, *December 1952* (1952) de Earle Brown, ou as cinco obras *Projection*, compostas entre 1950 e 1951 por Morton Feldman? Para obras desta índole, além do habitual estudo atento de documentação complementar, como seja aquela relativa às técnicas, estéticas e práticas do compositor, assim como ao contexto específico da composição da obra, é necessário encontrar outros elementos que permitam ao musicólogo e ao analista chegar ao «som da música». Nesse âmbito o recurso aos registos sonoros de interpretações diferentes da obra é, por vezes, essencial para a sua compreensão.

Algumas metodologias para o estudo musicológico de uma parte destes elementos são já existentes e a sua aplicabilidade encontra-se consolidada; para outros, embora as metodologias de estudo existam, a sua aplicabilidade musicológica é ainda insípida ou inexistente. No entanto, o recente desenvolvimento



da musicologia sistemática<sup>(4)</sup> apoiada em sistemas informáticos tem permitido o desenvolvimento de metodologias analíticas inovadoras e relevantes. Neste contexto, as novas tecnologias informáticas podem ser cruciais para a análise tanto de obras de música electroacústica quanto de obras instrumentais como as acima citadas. No entanto, algumas das metodologias de análise que têm emergido da utilização da informática aplicada à musicologia sistemática (ou à musicologia histórica), mostram ainda assim uma visão parcial, por vezes cruelmente redutora da obra musical. Por exemplo, os estudos analíticos relativos à percepção do timbre através do cálculo de centroides espectrais,<sup>(5)</sup> aplicável tanto à música electroacústica quanto a registos áudio de música instrumental, trará alguma informação quanto à forma como um determinado timbre é escutado, mas pode ser irrelevante se o objectivo for compreender a estrutura formal. Ou as Unidades Semióticas Temporais (UST),<sup>(6)</sup> que procuram classificar frases musicais, ou segmentos essencialmente melódico-rítmicos, em categorias, autonomizando esses elementos em relação à obra, comparando-os entre si e com os modelos pré-existentes, descurando frequentemente as especificidades das relações musicais criadas pela sua integração na obra. Serão estas metodologias e outras semelhantes, por si só, muito relevantes quanto à compreensão da obra musical como um todo? Podemos citar diversas outras teorias que desenvolveram metodologias, talvez

---

(4) «Systematic musicology has traditionally been conceived of as an interdisciplinary science, whose aim it is to explore the foundations of music from different points of view, such as acoustics, physiology, psychology, anthropology, music theory, sociology, and aesthetics.» (Leman e Schneider 1997, 13). Ver também Parncutt (2007).

(5) A literatura relativa à análise de centroides espectrais é abundante, tendo-se iniciado na década de 1970 com investigadores como John Grey e John Gordon (Grey 1977; Grey e Gordon 1978).

(6) «C'est un segment musical qui, même hors contexte, possède une signification temporelle précise, due à son organisation morphologique» (Delalande 1996, 18-19). (Frémot 1996; Favory 2007).

menos controversas, como a generalização da análise espectral, a *Set Theory*, aplicada tanto a estruturas harmónicas e melódicas (vulgarmente conhecida como *pitch-class set analysis*)<sup>(7)</sup> como ao ritmo,<sup>(8)</sup> ou ainda a análise schenkeriana, espectromorfológica, formal e assim por diante. As teorias e métodos, cada vez mais apoiados em sistemas informáticos, multiplicam-se sem que algum deles possa, por si só, abarcar a complexidade da obra musical.

O analista deve, portanto, seleccionar as metodologias, técnicas e tecnologias que lhe parecem mais pertinentes no estudo de uma obra específica, não se deixando seduzir por uma espécie de esquizofrenia do computador, dando por vezes tanta atenção aos dados produzidos pela máquina, tabelas e estatística, que quase se esquece da própria música, de escutar a obra e de nela sentir prazer.

---

A diversidade musical que nos envolve, onde passado e presente coabitam, onde máquinas e instrumentos partilham o palco, exige do musicólogo analista o desenvolvimento de novas metodologias. Apoiando-se no conhecimento dos métodos de trabalho mais tradicionais, e recorrendo às ferramentas tecnológicas mais avançadas, não descuidando o contexto de criação da obra, o analista tem hoje à sua disposição um conjunto de meios e de conhecimentos que lhe permitem trazer um olhar diferente sobre a obra musical. A análise musical é um meio de integração musicológica da diversidade de metodologias, técnicas e meios

---

(7) Ver, por exemplo, Forte (1984).

(8) A título de exemplo, ver Pearsall (1997).

tecnológicos que concorrem para a coabitação de uma miríade de géneros e práticas musicais, e que deve servir como elemento catalisador, integrador na prática actual da musicologia.

## Referências

- Crumb, George. 1980. «Does It Have a Future?». *The Kenyon Review*, New Series 2/3:115–122.
- Delalande, François. 1996. «Les Unités Sémiotiques Temporelles: problématique et essai de définition.» In *MIM, Les Unités Sémiotiques Temporelles, éléments nouveaux d'analyse musicale*, 18-19. Marseille: MIM – Documents Musurgia.
- Favory, Jean. 2007. «Les Unités Sémiotiques Temporelles.» *Math. Sci. Hum – Mathematics and Social Sciences* 178:51–55.
- Forte, Allen. 1984. «Pitch-Class Set Analysis.» *Music Analysis* 4/1-2:29–58.
- Frémot, M. 1996. «Classer les UST?.» In *MIM, Les Unités Sémiotiques Temporelles, éléments nouveaux d'analyse musicale*, 44-60. Marseille : MIM – Documents Musurgia.
- Grey, J. M. 1977. «Multidimensional Perceptual Scaling of Musical Timbres.» *Journal of the Acoustical Society of America* 61/5:1270–1277.
- Grey, J. M., e J. W. Gordon. 1978. «Perceptual Effects of Spectral Modifications on Musical Timbres.» *Journal of the Acoustical Society of America* 63/5:1493–1500.
- Leman, Marc, e Albrecht Schneider. 1997. «Origin and Nature of Cognitive and Systematic Musicology: An Introduction.» In *Music, Gestalt, and Computing. Studies in Cognitive and Systematic Musicology*, editado por Marc Leman, 13–30. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Ligeti, György. 2001 [1964]. «Nouvelle notation.» In *Neuf essais sur la musique*, 63–179. Genève: Contrachamps.
- Mathews, Max. 1974. *The Technology of Computer Music*. London: MIT.
- Parncutt, Richard. 2007. «Systematic Musicology and the History and Future of Western Musical Scholarship.» *Journal of Interdisciplinary Music Studies* 1:1–32.
- Pearsall, Edward. 1997. «Interpreting Music Durationally: A Set-Theory Approach to Rhythm.» *Perspectives of New Music* 35:205–230.

# O Corvo: produção multimédia de uma ópera de câmara

LUÍS SOLDADO  
JOSÉ GROSSINHO

(1)

A ópera-monólogo *O Corvo* é uma ópera de câmara composta por Luís Soldado sobre o poema homónimo, *The Raven*, de Edgar Allan Poe, traduzido por Fernando Pessoa. *O Corvo* foi estreado a 10 de dezembro de 2015 no Palácio do Sobralinho, Vila Franca de Xira, com produção da Inestética Companhia Teatral e encenação de Alexandre Lyra Leite.

A ópera foi escrita para barítono (Rui Baeta), clarinete (Ruben Jacinto), acordeão (António Correia), violoncelo (Tiago Vila) e eletrónica (José Grossinho). Para além do barítono e dos músicos, o espaço cénico é também preenchido por uma bailarina (Sara Chéu/Yara Cléo) cuja presença simboliza a figura da mulher morta (Leonora).

O objetivo final do projeto, idealizado pela Inestética Companhia Teatral, consistia não só na produção de uma ópera de câmara, com cerca de uma hora, mas também na sua gravação em DVD e edição em CD. *O Corvo* contou com o apoio

---

(1) Os autores seguem o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990.

financeiro da Direcção Geral das Artes e da Câmara Municipal de Vila Franca de Xira.

Desde a sua estreia *O Corvo* foi já apresentado em várias salas do país:

- Montemor-o-Novo, Cineteatro Curvo Semedo, 8 de outubro de 2016;
- Lisboa, Mosteiro de Santos-o-Novo, 28ª Temporada de Música em São Roque, 23 de outubro de 2016;
- Braga, Theatro Circo, 19 e 20 de janeiro de 2017;
- Vila Franca de Xira, Fábrica das Palavras, 4 de fevereiro de 2017.

O texto, publicado em 1845, é o poema mais lido de Edgar Allan Poe e é altamente formalizado ao nível das recorrências sonoras e rítmicas, o que também acontece na tradução de Fernando Pessoa (1924). Esta conformidade manifesta-se em todos os padrões sonoros: rimas finais e internas, recorrências aliterativas, cesuras, número de sílabas e, por vezes, até na distribuição relativa de acentos no verso. Como não poderia deixar de ser, esta engenhosa formalização sonora e rítmica do texto influenciou bastante vários aspetos da composição musical que tentou, sempre que se achou pertinente, manter a métrica e inteligibilidade do texto. O processo de composição iniciou-se em outubro de 2015, assim que foram conhecidos os resultados dos concursos pontuais da DGArtes. Devido a vários compromissos já assumidos, por parte da Inestética, a estreia teria de se realizar até ao final de 2015. No entanto, alguns aspetos já estavam definidos. A Inestética tinha já contactado o Luís Soldado, em junho,

para a composição da obra e existiam já algumas ideias claras, formadas entre o compositor e o encenador Alexandre Lyra Leite. A estrutura da ópera em relação ao texto já tinha sido definida pelo Alexandre Lyra Leite, dividindo o texto em seis cenas e a instrumentação já estava definida. O compositor tinha também já iniciado o esboço de alguns temas e *leitmotivs*. De qualquer forma, só depois do financiamento ter sido aprovado é que todo o trabalho de produção e composição foi verdadeiramente iniciado. Em outubro encetou-se então o trabalho de composição e logo de início este esteve intimamente ligado ao trabalho da eletrónica de José Grossinho. Houve imediatamente a consciência de que a eletrónica, para além de poder ser utilizada como um instrumento autónomo ou como forma de processar o som dos instrumentos em termos tímbricos, teria um papel fundamental não só nas transições entre as cenas, mas também na criação de momentos mais livres possibilitando, desta forma, uma maior liberdade e independência por parte da encenação.

Devido aos constrangimentos temporais, a gravação da parte instrumental foi realizada durante o período de ensaios (novembro e dezembro de 2015). Enquanto os músicos gravavam, o cantor e bailarina iam trabalhando com o encenador. A parte vocal foi gravada posteriormente, já no início de 2016, no Laboratório de Música e Comunicação na Infância (LAMCI) do CESEM (Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical) na FCSH NOVA.

Quando começaram os ensaios com todos os intervenientes (músicos, cantor e bailarina) em cena, tornou-se claro como acertada tinha sido a decisão de, através da eletrónica, criar momentos mais livres. Estes momentos foram fundamentais para ajustar convenientemente a encenação desejada por Lyra Leite à música.

Após todas as apresentações, no Palácio do Sobralinho, iniciou-se então o processo de edição das gravações onde rapidamente se chegou a algumas conclusões: 1) os tempos musicais tinham que ser precisos e menos livres do que os das récitas; de uma forma geral, os tempos musicais da gravação tiveram de ser mais rápidos que os da encenação; 2) foram abolidas algumas passagens entre cenas, nomeadamente as passagens que continham improvisação cénica; 3) a espacialização da eletrónica que, no fundo, dava unidade sonora a todo o espaço da encenação não poderia estar presente; 4) foi necessária uma adaptação da parte cantada à parte musical (partes cantadas e declamadas). Depois de introduzidas estas modificações foi possível imprimir ao CD características que fizeram deste uma obra artisticamente autónoma.

Após a edição das partes instrumentais e seleção das partes vocais, foi enviada uma primeira mistura ao Alexandre Lyra Leite, já com os *timings* correctos, para gravação do vídeo. Todo o vídeo foi gravado em *playback*. A concepção do vídeo foi também bastante distinta da encenação. Por uma questão de promoção da ópera, o espaço onde foi realizada a estreia era um salão com uma configuração difícil de replicar em futuras apresentações. A solução encontrada foi eliminar quase por completo o espaço e mostrar apenas alguns elementos da encenação, mas com a preocupação de se manter o ambiente sombrio e «fantástico» inicialmente pensado pelo encenador.



## Considerações finais

O papel da eletrónica foi determinante na composição, no espetáculo e no CD, contribuindo de diversas formas para a criação do ambiente «fantástico». No espetáculo, a eletrónica permitiu criar momentos mais livres em termos de encenação, principalmente na passagem de cena para cena. A partitura, escrita não só a pensar no espetáculo mas também no CD, levou a que cada cena fosse bem distinta da anterior, quase como uma «nova faixa». Apesar da música do CD ser apenas uma parte do espetáculo, esta foi pensada para ser autónoma sem a necessidade do ouvinte conhecer a «ópera global». Neste caso a eletrónica teve de ser adaptada para seguir essa lógica de obra auditivamente independente.

Os três formatos diferentes deram então origem a três objetos artísticos distintos que refletem diferentes abordagens da mesma obra.



**Vídeo 1.** Trailer da ópera de câmara *O Corvo* de Luís Soldado, produzida pela Inestética Companhia Teatral.

# Resumos e notas biográficas

---

**01.**  
**Interatividade, mobilidade e espaços sonoros****Da transformação de paradigmas de comunicação musical na era da Internet: interatividade, participação e convergência**

Os modelos de relação com os conteúdos musicais que se disponibilizam hoje aos públicos, mesmo nas situações mais resistentes ao uso dos novos meios, dificilmente se circunscrevem a uma presença na sala de concerto, à aquisição de um álbum, à leitura de uma crítica musical publicada na imprensa escrita. Neste artigo, examino o uso de mecanismos conceptualizados por Henry Jenkins (2006) como elementos basilares das dinâmicas de comunicação e negociação cultural em ambientes digitais nossos contemporâneos – convergência, colaboração, interatividade e participação –, na transformação dos paradigmas de comunicação musical. Pela observação de casos concretos (de Michel van der Aa, Björk, Gorillaz e Tod Machover), discuto de que forma os modelos de organização social, comunicação e comportamento *online*, conduzem à emergência de novos formatos musicais e à modificação do papel do músico (e, de modo mais abrangente, do autor de conteúdos). Inquirio, ainda, o modo como as redes de indivíduos *online* colaboram na produção de necessidades e, consequentemente, na reconfiguração de modelos artísticos, que são cada vez mais colaborativos e participativos.

**Paula Gomes Ribeiro** é Professora do Departamento de Ciências Musicais, investigadora integrada no CESEM – Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical, onde coordena o

GTCC (Grupo de Música, Teoria Crítica e Comunicação) e o SociMus (Estudos Avançados em Sociologia da Música), FCSH NOVA. Doutoramento e Mestrado em Musicologia pela Universidade de Paris VIII, Licenciatura em Ciências Musicais pela NOVA FCSH. Realizou a sua formação musical (piano) e teatral no Conservatório Nacional e Academia de Música de Santa. Cecília. A sua investigação desenvolve-se especialmente nos domínios da sociologia da música, género, comunicação e *media*, dramaturgia, encenação e produção de ópera, multimédia e audiovisuais (séculos XX-XXI).

[<pgr@fcsn.unl.pt>](mailto:pgr@fcsn.unl.pt)

**The mobility of music: analysis and considerations concerning music and mobility today**

In this paper I propose to discuss recent, profound changes to the paradigms of production and consumption of music. Using research on how communication technologies are impacting global music markets and altering how music is commodified by affecting the value of music as a product in society, I suggest that music is increasingly mobile, non-localized, portable and all-pervasive. Moving away from physical enclaves such as the music studio, traditional instruments, and physical formats such as the CD into portable apps, software and digital instruments that connect to the cloud, I propose that this freedom from proprietary formats and normative distribution channels is conducive to a DIY approach which has provided an opportunity to essentially create niche marketplaces with which to cater directly to fan-bases in a process we could term as the democratization of music, all accessible at the touch of a finger.

**Guillermo de Llera Blanes** holds a Master's in Ethnomusicology at the Faculty of Social and Human Sciences – Nova in Lisbon, and is an instructor for the “World Music Composition Styles” course at Berklee Online – Berklee College of Music's online branch. He is also at the board of directors at A.M.A.E.I. - Associação de Músicos Artistas e Editoras Independentes, founder and CEO at Kaminari Records, a custom composer/producer for Lusitanian Publishing and Music X Film, and an independent multi-disciplinary artist. <[yo@guillermomodellera.com](mailto:yo@guillermomodellera.com)>

### **E depois começa aquele “plim, plim”: os sons do Facebook nas paisagens sonoras do quotidiano**

Com a disseminação da internet e a proliferação das redes sociais digitais, o Facebook tornou-se parte do quotidiano e um cenário primordial de construção de relações sociais. Com a portabilidade da internet e dos dispositivos de comunicação, tornou-se muito difícil excluir esta rede digital de sociabilidades da rede analógica. Ao Facebook estão associados vários sinais sonoros que indicam diferentes atividades que pontuam o quotidiano dos seus utilizadores. Neste artigo pretendo analisar o impacto desses sons nas paisagens sonoras do quotidiano, inquirindo a forma como eles as vieram transformar, construindo novos marcos nas paisagens sonoras individuais e coletivas dos dias de hoje.

**João Francisco Porfírio** é Mestre em Artes Musicais e Doutorando em Ciências Musicais, tendo recentemente obtido uma Bolsa da FCT SFRH/BD/136264/2018 (NOVA FCSH) e colaborador do CESEM – integrado no GTCC, no SociMus e no

CysMus – onde desenvolve investigação no domínio da música ambiente e das paisagens sonoras do quotidiano doméstico.

Em 2001 terminou a licenciatura em Educação Musical na ESE de Setúbal. Desde essa data tem desenvolvido a sua atividade profissional enquanto professor de Educação Musical do Ensino Básico. <[djonipor@gmail.com](mailto:djonipor@gmail.com)>

---

## **02.**

### **Entre os vídeos musicais e o YouTube**

#### **On YouTube and music**

YouTube is bringing new ideas interplay between musicians and audience and the audience. It is today's biggest mediator of music communication standing between the musicians (now identified as creators) on one hand and the audience (now identified as users) on the other. By doing this, it gained opponents amongst the old gatekeepers – the record labels. YouTube differs from music television, its predecessor, in how it targets its users (from specific segments to universal), content programming (from generalized to personalized), reception path (bottom-up and DIY based, rather than top-down) and availability (whatever is available whenever the user wants it to be).

**Petra Rakić** (1992) is a recent musicology postgraduate, based in Berlin. Her master's thesis *YouTube and Music* has been successfully presented at Universities of Ljubljana (SI) and Lisbon (PT). She has published over 50 articles covering main music topics for Slovenian readers. In August 2015, one of her articles got included in *The History of Slovenian*

*Popular Music* publication by Jeunesses Musicales Slovenia.  
<[petra.rakic8@gmail.com](mailto:petra.rakic8@gmail.com)>

**Da MTV para o YouTube:  
o caso do hip hop**

Partindo de uma breve análise de alguns dos vídeos musicais rap mais marcantes da década de 80, propõe-se com este texto uma reflexão em torno da forma como este *corpus* nos fornece algumas valiosas pistas de leitura não apenas para a conturbada relação do hip hop com as políticas de representação da comunidade afro-americana, a indústria musical e a sociedade de consumo, como para a forma como o rap foi incorporando e influenciando sons e imagens de proveniência diversa, cujos ecos são ainda hoje sensíveis na obra de estrelas planetárias como Beyoncé e Kendrick Lamar.

**João Pedro da Costa** é colaborador do Instituto de Literatura Comparada Margarida Losa (ILC). Licenciou-se em Línguas e Literaturas Modernas na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e concluiu o doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais na Universidade do Porto e na Universidade de Aveiro. Publicou *Da MTV para o YouTube: a convergência dos vídeos musicais* na colecção Estudos de Literatura Comparada do ILC (Edições Afrontamento, 2016). A sua área de investigação incide sobre as relações entre a palavra, o som e a imagem e os efeitos da paisagem mediática digital no nosso quotidiano. É um dos editores-fundadores da revista electrónica de estudos e práticas interartes ESC:ALA [www.escalanarede.com](http://www.escalanarede.com).  
<[joaopedrodacosta@gmail.com](mailto:joaopedrodacosta@gmail.com)>

**Videoclipe interativo como obra aberta:  
o caso de Rome – 3 Dreams of Black**

Os vídeos musicais interativos surgiram na primeira década do século XXI como tentativa de aproximar o espectador e a sua experiência pessoal da música ouvida. Mediante a grande variedade de vídeos musicais interativos produzidos atualmente e a multiplicidade de intenções que estes transportam, pretende-se, com este trabalho, argumentar a importância deste suporte audiovisual para a revisitação de algumas ideias como autoridade, autenticidade, interpretação e participação do público no processo de criação artística. Neste sentido, toma-se o exemplo de alguns casos particulares, dos quais se pretende retirar conclusões sobre a relevância deste novo formato para a relação entre vídeo musical e espectador.

**Filipa Cruz** frequenta o Mestrado em Ciências Musicais, vertente de Musicologia Histórica e é colaboradora do Grupo de Teoria Crítica e Comunicação do CESEM, sendo atualmente bolseira no projecto «Euterpe unveiled: Women in Portuguese musical creation and interpretation during the 20th and 21st centuries». As suas áreas de investigação englobam a música portuguesa do século XX e o estudo de intermedialidades, em particular a relação entre música e literatura.  
<[filipacruz.8@gmail.com](mailto:filipacruz.8@gmail.com)>

---

**03.****Produção de sociabilidades e comunidades musicais *online*****Cantautoras portuguesas no cibernundo**

O presente artigo reflete sobre as dificuldades na profissionalização, acesso às indústrias da música e aos *media*, estereótipos e preconceitos relativos a mulheres compositoras/autoras, a partir de um conjunto de entrevistas realizadas a doze cantautoras residentes em Portugal. Evidencia a internet como meio de comunicação democrático, autónomo e ferramenta fundamental em todas as etapas do trabalho artístico destas autoras, especialmente na promoção/difusão e venda de música. Problematiza o *download* ilegal de conteúdos protegidos por *copyright*.

**Teresa Gentil** é compositora, intérprete e investigadora. É mestre em etnomusicologia pela Universidade Nova de Lisboa, licenciada em composição pela ESMAE (Porto) e pós-graduada em educação pela Universidade dos Açores. Compõe para orquestra, teatro, teatro musical, cinema e dança e colabora regularmente com o serviço educativo da Casa da Música, Fábrica das Artes (CCB) e Plano Nacional de Leitura. Editou quatro álbuns de originais e foi distinguida com o prémio Zeca Afonso, atribuído pela Câmara Municipal de Almada e prémio Labjovem - Música, atribuído pelo Governo Regional dos Açores.  
<[teresagentilproducao@gmail.com](mailto:teresagentilproducao@gmail.com)>

**O desenvolvimento de movimentos *cyberunderground* no heavy metal português: construção de comunidades e identidades no ciberespaço**

Através de computadores, *tablets*, *smartphones* e outros suportes, o uso de redes sociais e plataformas de *streaming* constituem uma parcela importante de divulgação da produção de música heavy metal pelos seus artistas (Silva 2010), bem como da construção de identidade por parte das bandas, sendo que cada um destes grupos se insere numa estética musical semelhante associadas às comunidades sociomusicais em que se inserem. Este artigo inquire os recursos e metodologias *online* que bandas portuguesas inseridas neste meio, nomeadamente More Than a Thousand, Hills Have Eyes, entre outras, utilizam, de forma a aumentar o valor comercial da sua produção musical. Em paralelo surge a dinamização de um *cyberunderground* musical que promove atividades baseadas na atitude DIY dispersas nas várias plataformas, reforçando a interação (digital) entre artistas e consumidores e códigos de sociabilidades associados às práticas musicais em questão.

**Luís Marcelo Franca** frequenta a licenciatura de Ciências Musicais na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Frequentou a escola de música ArtMúsica em Loures, onde estudou guitarra. Atualmente é membro do SociMus (Grupo de Estudos Avançados em Sociologia da Música) no qual realizou um estágio coordenado pela Prof. Dra. Paula Gomes Ribeiro e CysMus (Grupo de Estudos Avançados em Ciberculturas e Música), integrados no Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical (CESEM).

É guitarrista na banda de melodic hardcore Dharma e os seus interesses focam-se no panorama do metal/metalcore em Portugal e na música para videojogos.  
<[luismarcelo1993@hotmail.com](mailto:luismarcelo1993@hotmail.com)>

### **Áudio e imersão em *Elder Scrolls*: co-criação, partilha e interacções na cibercomunidade, no site *Nexus Mods***

Circunscrevendo-me ao site *Nexus* – uma plataforma de ficheiros de modificação (*mods*) para múltiplos videojogos com uma cibercomunidade activa na produção e partilha deste tipo de conteúdo criado por utilizadores de forma gratuita e voluntária –, este trabalho analisa a existência de *mods* inseridos na categoria áudio e música para os dois videojogos mais descarregados deste espaço – *TES IV: Oblivion* e *TES V: Skyrim*. Examinamos como é que os autores destes ficheiros procuram corresponder ao estilo e sonoridades definidas pelo compositor da banda sonora original dos videojogos, Jeremy Soule, promovendo a «imersão» do jogador e a criação de ambientes «imersivos» devido à aplicação destes conceitos nestes títulos.

**Joana Freitas** é doutoranda em Ciências Musicais Históricas e bolsista de investigação (BI - FCSH/CESEM / EAT/00693) no Centro de Estudos em Sociologia e Estética Musical (CESEM) da NOVA FCSH. É actualmente membro do Grupo de Teoria Crítica e Comunicação (GTCC), SociMus (Grupo de Estudos Avançados em Sociologia da Música), Núcleo de Estudos em Género e Música (NEGEM) e do CysMus (Grupo de Estudos Avançados em Música e Cibercultura). As suas principais áreas de interesse são a ludomusicologia e o estudo da música em videojogos, a música

e sociabilidades em plataformas digitais e estudos de música e género.  
<[joanareisfreitas@fcsb.unl.pt](mailto:joanareisfreitas@fcsb.unl.pt)>

---

## **04. Digitalidades audiovisuais**

### **Minimal produtivo: a categoria «empresarial» nos sites de *library music***

Actualmente, a *library music* é composta tendo em vista a sua comercialização em bases *online*, podendo ser categorizada segundo género, emoção ou possível utilização (Tagg 2006). Nesse âmbito, a categoria «empresarial» (*corporate*), dirigida a empresas, tem vindo a expandir-se significativamente. Dada a necessidade de ser «etiquetada» de forma tipificada, a *library music* está permeada de estereótipos musicais, com fortes influências de produtos audiovisuais (Gorbman 2006; Chion 2013 [1990]). Centrando-me nos sites Cézame e Audio Network, pretendo explorar os principais pontos de contacto entre as faixas categorizadas como «empresarial», cuja sonoridade inclui frequentemente técnicas minimalistas (técnicas essas que são amplamente usadas na música de filmes de ficção *mainstream* recentes).

**Júlia Durand** é membro do NEGEM, SociMus e CysMus, do CESEM. Concluiu a licenciatura e mestrado em Ciências Musicais na FCSH/NOVA, encontrando-se de momento a realizar, na mesma universidade, o doutoramento em Ciências Musicais – Musicologia Histórica com uma Bolsa de Doutoramento FCT (SFRH/BD/132254/2017). Em 2015 iniciou uma actividade de escrita de guiões para espectáculos musico-teatrais e música electrónica. A sua investigação foca-se no

uso da música em meios audiovisuais, em particular no que toca à *library music*.  
<juliahmc94@gmail.com>

### **Simsdieval: a construção híbrida do período medieval num videojogo**

O *Sims Medieval* é um videojogo cuja ação decorre na época medieval, refletindo um conjunto de preconceitos concebidos ao longo da história, que remetem para uma mitificação desse período por parte da sociedade em geral. Tal é visível pela presença de uma banda sonora «anacrónica» face ao verdadeiro caráter do que foi a música medieval, funcionando, em diversos casos, como um marcador de classe das personagens (Bourdieu 2007 [1979]). A figura musical do jogo, o bardo, reflete a conceção romântica do que é o génio musical, reunindo diversos estereótipos, aqui analisados à luz da teoria de estigma de Goffman (Goffman 2004 [1963]).

**Mariana Ramos de Lima** é Mestre em Ciências Musicais, área de especialização em Musicologia Histórica, na NOVA FCSH. A sua dissertação tem como tema central o estudo dos milagres dedicados a Santa Maria de Terena nas *Cantigas de Santa Maria*, procurando abordar esta temática num âmbito musical, histórico e político. É atualmente colaboradora no Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical (CESEM), mais propriamente no Grupo de Estudos de Música Antiga.  
<marianaramoslima@gmail.com>

### **Tecno-utopia cyberpunk no projeto Peenemünde**

Esta reflexão apresenta uma exploração epistemológica, onde se procura construir

uma argumentação crítica sobre o conceito de utopia e de não lugar, na *new media art*, com incidência nas práticas das artes sonoras tendo como referência o projeto *Peenemünde*. Utiliza-se o projeto, como modelo crítico das relações entre arte, tecnologia e literatura, e como exemplo contextual da estética pós-digital e suas relações com o universo *cyberpunk*. Esta argumentação propõe uma contextualização do fenómeno musical, discursivo e tecnológico e as suas possíveis implicações estéticas no contexto social, cultural e político contemporâneo abordando o erro e a tecnologia em processos disfuncionais.

**Hugo Paquete** é Bolseiro de Investigação Científica (FCT). Frequenta o Programa Doutoral em Ciências Musicais: música como cultura e cognição na NOVA FCSH. Mestre em Criação Artística Contemporânea com a tese «Entropia disfuncional: *noise*, *glitch* e caos nas artes sonoras» pela UA. Investigador no CESEM/GIMC NOVA FCSH e colaborador do ID+, (ID+ [UA /DeCA) e do CESEM/ CysMus NOVA FCSH. Foi artista residente no ZKM / IMA: Institute for Music & Acoustics. Desenvolve investigação centrada nos estudos sonoros, tecnocultura e artes sonoras.  
<paquetehugo@gmail.com>

### **Cruzando real e virtual no filme Hackers: sobre práticas de música tecno e cyberpunk**

*Hackers*, do realizador Iain Softley, é um filme com características *cyberpunk* que explora o *hacking* e a internet, quando essas práticas e tecnologias não eram ainda conhecidas do grande público (1995). Este artigo procura explorar o modo como alguns géneros de música electrónica são empregues no filme, tanto



através de faixas que já existiam antes da sua produção como de outras compostas especificamente para criar determinados ambientes sonoros e formas de audiovisão (Chion 1994). Como tal, através de relações entre as práticas sociais das personagens, tanto em ambientes reais como virtuais no ciberespaço (Castells 2010), discute-se o modo como a música colabora para a construção e reiteração de estereótipos de representação de internet, *hacking* e questões de pós-humanismo (Cavallaro 2000).

**André Malhado** é produtor musical, compositor e licenciado em Ciências Musicais pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Encontra-se a realizar uma dissertação sobre a categorização ciberpunk na música para audiovisuais entre 1982 e 2017, no contexto do Mestrado em Ciências Musicais, vertente de especialização em Musicologia História. É membro do SociMus e Cysmus, do CESEM, onde foi bolseiro de investigação durante um ano (UID/EAT/00693/2013), e tem incidido a sua investigação nos domínios da sociologia da música, ludomusicologia e estudos de cibercultura, comunicação e *media*.  
<[andreadnmalhado@gmail.com](mailto:andreadnmalhado@gmail.com)>

---

## 05.

### Convergências digitais: música e tecnologias

#### Composição na era digital: novas ferramentas, novos sons e novas músicas?

Com a introdução de procedimentos digitais ao nível do registo, criação e manipulação de som, a partir da segunda metade do século xx, o leque de

possibilidades ao dispor do compositor passa a ser maior. Esse alargamento implicou mudanças profundas ao nível dos processos de composição musical. A partir dessa constatação, investiga-se de que modo é que essas novas ferramentas ao serviço da composição musical interferiram com a natureza do processo de composição, nomeadamente no que diz respeito ao surgimento de novos géneros musicais e ao estabelecimento de proximidades entre os já existentes.

**Rui Pereira Jorge** é doutorado em Filosofia da Música e Tecnologia. Possui formação musical (órgão e trompete) e na área da edição de som. Tem produzido trabalhos como músico e editor de som, incluindo música para cinema, música para crianças, música eletrónica e projetos multimédia. Como membro do CESEM desenvolve investigação sobre musicologia, estética e filosofia da música, tendo publicado artigos e participado em conferências nacionais e internacionais. Colabora com o Departamento de Ciências Musicais da FCSH, nas áreas da informática musical e edição de som.  
<[ruijorge@fcs.unl.pt](mailto:ruijorge@fcs.unl.pt)>

#### Analisar música hoje: novos paradigmas, novas tecnologias

No actual contexto social e tecnológico, onde a comunicação está à distância de um *click* e a informação se dissemina de forma estonteante, onde passado e presente coabitam, onde máquinas e instrumentos partilham o palco, exige-se do musicólogo o desenvolvimento de novos métodos de trabalho. Por outro lado, consequência das mudanças técnicas, tecnológicas e sociais, a criação musical, como as outras artes, tem sofrido alterações substanciais tanto a nível

das práticas como das estéticas, tornando, por vezes, o trabalho do musicólogo desafiante e até desconcertante. Assim, face a obras musicais com traços inovadores, que recorrem a meios técnicos e tecnológicos por vezes inabituais, é essencial reflectir sobre a multiplicidade de propostas, técnicas e métodos que se têm desenvolvido nas décadas recentes no âmbito da análise, e a sua adequação ao contexto musical e musicológico actual.

**Isabel Pires**, compositora, é doutorada em *Esthétique, Sciences et Technologies des Arts* pela Universidade de Paris VIII, é professora na Universidade Nova de Lisboa e investigadora do CESEM. A sua investigação abarca áreas como a preservação e documentação de obras de música contemporânea, as noções de espaço na composição musical, a relação entre música e tecnologias, a análise musical, e o estudo dos processos cognitivos de audição.  
<[isabelpires@fcs.unl.pt](mailto:isabelpires@fcs.unl.pt)>

### **O Corvo: produção multimédia de uma ópera de câmara**

Este artigo apresenta algumas das problemáticas encontradas na produção dos materiais audiovisuais, comerciais e promocionais, da ópera de câmara *O Corvo*, de Luís Soldado, sobre o poema homónimo de Edgar Allan Poe, produzida pela Inestética Companhia Teatral. O projeto tinha como objetivos a produção de três objetos artísticos distintos: uma ópera de câmara, gravação e edição em CD e a realização de um vídeo promocional com a totalidade da ópera. De forma a tornar os três objetos artísticos autónomos e autossuficientes, estes teriam de ser construídos de formas distintas, o

que originou diferentes abordagens da mesma obra.

**Luís Soldado** é compositor e investigador integrado no CESEM, como bolseiro FCT Pós-Doutoramento, onde desenvolve projetos relacionados com o estudo e composição de ópera contemporânea e suas novas formas de comunicação. De entre as suas obras mais recentes, destacam-se as óperas de câmara *O Corvo* (2015), de Edgar Allan Poe, editada em CD em 2016 e a ópera de câmara *Tabacaria* (2017), de Álvaro de Campos, editada em CD, em 2018.  
<[luisoldado@gmail.com](mailto:luisoldado@gmail.com)>

**José Grossinho** é músico e produtor, licenciado em Ciências Musicais pela Universidade Nova de Lisboa e Mestre em Acústica e Tecnologias da Música pela Universidade de Edimburgo, estudou vários instrumentos e fez diversas formações nos domínios da Acústica, Tecnologias na Música e Direcção. Como músico colaborou com o *Sond'Ar-te Electric Ensemble* e dirige o *Tejo Ensemble*. Como produtor trabalhou com Ana Telles, Suzanna Lidegran e Rui Baeta, e co-produziu o CD *Nha Mininu – música tradicional infantil da Guiné-Bissau*.  
<[jmfgrossinho@gmail.com](mailto:jmfgrossinho@gmail.com)>

# Índice Remissivo

- Aa, Michel van der 31, 41, 56, 58, 65, 66, 355  
Afrika Bambaataa 141, 142, 145, 146, 152  
Albarn, Damon 50, 59, 66  
álbum/*album* 37, 38, 41, 50-54, 58, 59, 65, 66, 76, 77, 98, 130, 158, 160, 164, 185, 192, 198, 248, 283, 302, 318, 325, 336, 355  
análise espectral 346  
análise schenkeriana 346  
analógico 283  
aplicação/*app* 30, 41, 50-53, 57-59, 62, 65, 86, 92, 102, 103, 106, 113, 214, 359  
apropriação 22, 30, 140, 283  
Arcade Fire 156, 159, 160, 161, 169  
Aristóteles 156  
artista 12, 16, 37, 38, 47, 49, 54, 59, 141-144, 147, 149, 151, 153, 155, 159, 163, 167, 172, 178, 181, 183-185, 188, 197, 200, 201, 207, 209, 221, 272, 284, 287, 288, 290, 294, 297, 300, 312, 320, 356, 358, 360  
artístico 12, 16, 41, 42, 56, 63, 161, 165, 294, 295, 316, 329, 340, 353, 355, 358, 362  
atmosfera 309, 311  
atonalismo 332  
Attenborough, David 53, 65  
audiência 31, 48, 49, 145, 154, 308, 311, 317  
Audio Network 248, 250, 359  
audiovisão 38, 52, 106, 308, 361  
audiovisual 26, 31, 45, 54, 60, 64, 154, 155, 158-160, 164, 165, 167, 168, 217, 218, 257, 357  
autenticidade 12, 13, 32, 160, 161, 167, 193, 357  
autoridade 13, 32, 42, 357  
*avant-garde(s)* 283, 292  
banda(s) 39, 50, 112, 145, 146, 159, 161, 173, 177, 178, 181, 191, 193-204, 206-208, 307, 311-313, 318, 320, 358-360  
banda(s) sonora(s) 26, 165, 173, 217-220, 222, 225, 227, 251, 252, 254, 266, 269, 270, 275, 307, 318, 320, 359, 360  
Beastie Boys 146, 152  
Beyoncé 141, 151, 357  
*Biophilia* 49-55, 65, 66  
Björk 31, 41, 49-55, 63, 65, 66, 355  
*black metal* 203  
blogue/*blog* 38, 41, 56, 62, 65, 66, 69, 113, 122, 191, 199, 204, 239  
Blondie 141, 142, 144, 152  
Boswell, Simon 307, 318, 319  
Bowie, David 126, 133, 138, 139  
Brown, Earle 344  
Bruns, Axel 41-43, 65  
Cage, John 344  
canção/*song* 50-53, 56, 57, 83, 87-91, 94, 108, 126, 141, 166, 184, 198  
*canned music* 244  
cantautoras 5, 32, 171, 178-180, 182, 183, 187, 358  
canto 175, 187, 330  
cantor(a) 50, 51, 54, 55, 57, 172, 177, 186, 351  
Capicua 177, 179-182, 187, 189  
capital 57, 213, 269  
capitalista 47, 48, 251  
Cardoso, Rita 179, 182, 189  
Carvalho, Valentim de 181, 182  
cassete(s) 44, 185  
Castells, Manuel 39, 40, 44, 65, 135, 139, 313, 314, 322, 324, 361  
catálogo 244, 245, 248, 249, 257  
categorização 8, 203, 244, 253, 261, 262, 359  
Cavatorta, Andy 51  
CD 29, 34, 44, 50, 76, 79, 129, 184-187, 208, 209, 244, 283, 302, 318, 324, 349, 352, 353, 355, 362  
Cézame 248-250, 252-254, 258, 359

- chat* 38, 114, 123  
*cibercomunidade(s)/cybercommunity* 5, 30, 191, 210-241, 359  
*cibercultura/cyberculture* 1-3, 7, 8, 27, 210, 230, 301, 313, 314, 321, 322, 324  
*ciberespaço/cyberspace* 5, 33, 40, 41, 189, 191-209, 306, 308, 314, 316, 319, 324, 358, 361  
*cibergrupo* 192, 199  
*cibermundo* 5, 171-190, 178, 188, 358  
*cibernética* 8, 287, 303, 304, 307, 313  
*cinema* 15, 21, 54, 65, 128, 146, 225, 226, 243, 252, 254, 255, 258, 292, 300, 303, 313, 318, 325, 358, 361  
*cinema mainstream* 255  
*cinema mudo* 146, 243  
*co-criatividade* 211  
*códigos musicais* 248  
*composição* 6, 10, 27, 34, 45, 51, 56, 61, 62, 174, 175, 193, 210, 220, 221, 223, 224, 228, 243, 244, 247, 248, 254, 269, 287, 314, 323, 327-342, 344, 350, 351, 353, 358, 361, 362  
*Composição Assistida por Computador (CAC)* 341  
*compositor(es/as)* 12, 21, 25, 27, 56, 57, 61, 62, 64, 164, 172, 184, 214, 218, 219, 221, 222, 224-230, 248, 249, 252-257, 270, 271, 275, 276, 283, 318, 319, 331, 333, 335, 336, 340, 342, 344, 351, 358, 359, 361, 362  
*comunidade(s)* 20, 25, 32, 38, 40, 42, 46, 48, 49, 60, 61, 116, 140, 142, 143, 145-147, 151, 170, 187, 191, 192, 195, 196, 202, 204-207, 210, 213, 218, 307, 336, 357, 358  
*concerto(s)* 11, 32, 60, 179, 181, 186, 191, 195-197, 200-203, 206-208, 261, 313, 315  
*connectedness* 49, 65  
*consumidor(es)* 41-47, 54, 154, 168, 211, 319, 358  
*consumo musical* 31, 39  
*contemporâneo(s)* 17, 40, 147, 306, 335, 360  
*controller(s)* 68, 92, 94, 95, 238  
*convenções musicais* 256  
*convergence culture (v. Castells)* 35, 46, 65, 231  
*convergência/convergence* 4, 30, 37-66, 68, 169, 313, 355, 357  
*cópia* 16, 185  
*copyright* 133, 184, 186, 189, 358  
*Corey, Irwin* 145  
*corpo(s)* 18, 64, 107, 149, 247, 279, 280, 288, 308, 314  
*corporate* 81, 88, 92, 243, 247, 250, 252, 254, 256, 258, 359  
*creativity* 61, 65, 71, 72, 84, 92, 161, 272  
*criação* 5, 30, 32, 41, 42, 45, 51, 61, 64, 107, 143, 154, 163, 171, 180, 181, 184, 187, 188, 210-241, 248, 256, 260, 261, 290, 294, 315, 322, 328, 331-334, 336, 338, 340, 341, 343, 346, 351, 353, 357, 359, 361  
*criação musical* 30, 51, 64, 187, 256, 315, 332, 336, 340, 361  
*criatividade* 50, 63, 211, 214, 257, 295, 337  
*crítica musical* 38, 355  
*crítica social* 265, 322, 324  
*crowdfunding* 74, 76, 77, 78, 241  
*cultura participativa* 47, 154, 155, 162, 211, 230  
*curation* 84, 88, 89  
*curta-metragem* 158  
*cyberdelica/cyberdelic* 27, 308, 325  
*cyberpunk* 6, 26, 33, 279-325, 360  
*cyberunderground* 5, 32, 191-209, 358  
*cyborg(s)* 101, 103, 118, 317, 324  
*dança* 149, 358  
*designer(s)* 199, 200, 214, 260  
*desktop* 69, 97, 285  
*desterritorializadas* 38, 46  
*Dico* 194-196, 205  
*diegético* 310-312  
*difusão* 24, 171, 188, 195, 358  
*digital* 4, 6-8, 23, 26, 27, 31, 33, 34, 46, 48, 57, 64-77, 80, 83-89, 92, 93, 95, 97, 98, 101, 116, 118, 128-130, 135, 136, 138, 139, 141, 151, 152, 156, 169, 184, 191, 200-203, 207, 208, 213, 231, 238, 279-289, 300, 301, 327-339, 355-358, 360, 361  
*Digital Audio Workstation* 315  
*digitalidade* 6, 33, 242, 359  
*digitalização* 47, 328  
*disco-sound* 144  
*disco vinil* 44  
*discurso(s)* 40, 47, 108, 153, 154, 168, 218, 229, 246, 247, 291, 292, 295  
*dispositivo(s)* 24, 25, 29, 30, 44, 57, 60, 103, 106, 109, 110, 115, 117, 281-283, 295, 304, 314, 315, 322, 356  
*distribuição* 29, 39, 47, 54, 60, 63, 260, 350  
*DJ* 141, 142, 148, 310, 312, 316  
*download(s)* 29, 32, 50, 57, 76, 83, 135, 178-180, 183, 184, 186, 190, 199, 227, 233, 234, 236, 237, 240, 241, 358  
*DVD* 34, 44, 184, 349  
*Dylan, Bob* 163  
*Eco, Umberto* 166, 168  
*edição* 28, 158, 171, 178, 183, 222, 223, 254, 260,

- 264, 275, 349, 352, 361, 362
- editora(s) 16, 37, 119, 141, 144, 169, 181, 183, 184, 185, 208, 209, 283, 302, 318, 320
- editoras discográficas/*record labels* 82, 130, 183-185, 318, 356
- electroacústica 341, 342, 345
- e-mail(s) 61, 100, 103, 105, 121, 178, 221, 226, 227, 231, 248, 252, 254
- empreendedorismo 246, 254
- empresarial 6, 33, 47, 243-259, 359
- encenação 161, 349, 351-353, 355
- EP 179, 180
- épico(s) 20, 217, 244, 247, 254
- erro(s) 264, 282-284, 289, 360
- escuta musical/*listening* 29, 43, 50, 55, 59, 60, 67, 69, 70, 88, 89, 98, 119, 129, 137, 189, 232, 234, 311
- espaço cénico 349
- espaços sonoros 4, 31, 36, 37, 355
- espectáculo(s)/espetáculo(s) 11, 18, 30, 34, 49, 54, 62, 63, 174, 187, 314, 316, 353
- espectáculo musical 316
- espectador(es)/espetador(es) 11, 12, 19, 25, 26, 32, 38, 39, 41, 53, 56-58, 64, 154, 155, 159-162, 164-168, 255, 265, 357
- espectro 304, 313
- standardização 256
- estereótipo(s) 25, 33, 34, 217, 220, 244, 272, 276, 306, 307, 310, 358-361
- estereótipos musicais 33, 359
- estética 16, 17, 30, 42, 57, 147, 154, 165, 167, 180, 251, 283, 284, 285, 286, 300, 318, 319, 321, 330, 351, 355, 358, 360, 361
- estrela/*star* 39, 141, 147, 148, 161, 357
- etnografia 107, 108
- etnógrafo 107
- experiência musical 38, 54, 56, 58, 216
- fã/*fan* 32, 50, 51, 54, 58, 60, 72-79, 81, 85-88, 90, 123, 137, 139, 151, 154, 191, 192, 194-198, 200, 203, 206-209, 211, 213, 239, 241
- faça você mesmo/DIY 30, 45, 68, 74, 81, 99, 134, 135, 194, 199, 200, 207, 287, 355, 356, 358
- Facebook 4, 23, 31, 37, 39, 45, 54, 56, 90, 100-124, 137, 178, 179, 183, 191, 192, 198, 199, 201-208, 224, 234, 237, 356
- fado 177
- Fanzine 195, 196, 207
- Feldman, Morton 344
- feminista 141, 149
- festival 57, 176, 177, 293, 294
- Festival Transmediale 293, 294
- ficheiros de modificação/*mods* 210, 212, 214, 217-229, 232-241, 359
- file-sharing* 72, 185, 186
- filme(s) 6, 15-17, 19, 20, 26, 30, 33, 53, 56, 113, 121, 122, 217, 254, 261, 264, 267, 292, 296, 297, 303-325, 359, 360
- filmed concerts* 130
- filósofo 330
- fórum/*forum* 76, 191, 239, 240
- gameleste 51
- Gamificar 56
- gangsta rap* 140, 146, 147, 149
- gatekeepers* 43, 135, 356
- género(s) 22, 24, 39, 141, 145, 146, 149, 154, 164, 171-176, 188, 191-197, 200, 201, 204, 207, 208, 244, 247, 251, 283, 303, 306, 307, 311-313, 316-320, 328-330, 332, 334-337, 347, 355, 359
- gênio 253, 272, 360
- Gibson, William 280, 301, 306, 324
- Glass, Philip 252
- glitch(s)* 281-286, 288, 301, 360
- Google 57, 157, 159
- Gorillaz 31, 41, 50, 58, 60, 63, 65, 66, 355
- gramophone* 85, 128
- gravação 62, 180, 185, 207, 222, 223, 349, 351, 352, 362
- habitus* 22, 269, 307
- hacker(s)* 288, 303-306, 308, 312-314, 321, 324
- Hackers (1990)* 6, 33, 303-325, 360
- Hancock, Herbie 144, 152
- hardcore* 81, 146, 193, 199, 359
- hardcore punk* 193, 199
- harpa de Cavatorta 52
- Harry Potter 264, 265, 267, 275, 277, 278
- HBO 151
- headphones* 130
- heavy metal* 5, 32, 146, 149, 191-209, 358
- herói(s) 247, 262, 263, 266-269, 271-275
- heroísmo 247
- hibridização 46
- Hills Have Eyes* 193, 201, 204-206, 209, 358
- hipersónico 279
- hipertextualidade 162, 163
- hip hop* 5, 32, 140-149, 151, 152, 180, 181, 357
- Hollywood 255
- Homero 330
- House* 58, 77, 130, 136, 307, 312, 321
- humanidade 18, 52, 274, 313, 314

- Humanz* 58-60, 65  
humor 192, 197  
*hyperlinks* 58  
identidade(s) 30, 31, 37-39, 43, 45, 48, 100, 108, 140, 150, 159, 182, 246, 247, 273, 277, 279, 320, 323, 329, 358  
identidade *online e offline* 39, 45  
imagem 14-16, 25, 37, 39, 42, 56, 57, 65, 106, 155, 158, 160, 161, 163, 186, 244, 246, 255, 283, 287, 300, 308, 309, 342, 343, 357  
imaginário(s) 60, 215, 218, 224, 243, 247, 249, 254, 256, 257, 264, 265, 268, 275, 279, 288, 290, 292, 294, 295, 300, 306  
imaginários fantásticos 228  
imersão 5, 12, 19, 20, 25, 27, 30, 33, 58, 210-241, 308, 314, 359  
imprensa 38, 180, 208, 355  
improvisação 332, 352  
indeterminismo 282, 286, 289, 290, 300  
*indie* 181, 188, 241  
indústria(s) dos *media* 26, 46  
indústria musical/*music industry* 29, 32, 40, 89, 98, 140, 151, 171, 172, 185, 189, 357  
Instagram 38, 39, 56, 121, 128, 192, 201, 206, 207  
instalação sonora 287  
instrumentação 222, 244, 249-252, 351  
instrumental 11, 52, 118, 187, 227, 234, 311, 328, 341, 345, 351  
inteligência artificial 46, 305  
interatividade 4, 7, 23, 25, 30, 31, 36-66, 155-159, 162, 163, 164, 166, 168, 204, 355  
internet 4, 7-9, 23, 29-32, 37-69, 71, 72, 74, 77-82, 84, 86, 91, 93, 97, 98, 100-103, 109, 120, 121, 126, 127, 130, 135-137, 171, 172, 178, 180, 181, 183, 184, 186, 187, 189, 192, 195, 196, 199, 200, 203, 204, 207, 209, 210, 236, 244, 271, 305-307, 316, 322, 355, 356, 358, 360, 361  
internet das coisas/*internet of things* 7, 86, 127, 192, 210  
interpretação 32, 155, 158, 166-168, 187, 296, 297, 313, 343, 357  
intérprete 10, 21, 25, 39, 176-178, 194, 342, 358  
intertextual 308, 317  
iPad 50, 51, 65, 66  
iPhone(s) 51, 123, 135  
iPod 44, 85, 127  
iTunes 51, 80, 178, 179, 183, 209  
Jackson, Michael 143  
jazz 129, 173, 175, 232, 235, 244  
Jenkins, Henry 30, 35, 40, 41, 43, 46-48, 64, 65, 88, 97, 132, 154, 169, 211, 231, 355  
Lamar, Kendrick 141, 148, 357  
Leary, Timothy 304, 325  
Leftfield 312  
Leite, Alexandre Lyra 349, 351, 352  
leitmotivs 351  
*library music* 6, 33, 243-259, 359, 360  
*listening* ver *escuta musical*  
literacia audiovisual 217, 218  
literário(s) 153, 171, 288, 306  
literatura 7, 153, 191, 193, 214, 246, 280, 294, 300, 317, 321, 345, 357, 360  
*log in* 1-3, 101  
*log out* 101  
*loop* 72, 94, 309, 336  
Machover, Tod 31, 41, 60-63, 66, 355  
Manovich, Lev 42, 66, 156  
marca sonora 116  
*market(s)* 73, 74, 78, 80, 84, 86-88, 91, 98, 127, 183  
Martinez, Eddie 145  
*mash-up* 46, 66  
MC 143, 147-150  
*media* 23, 26, 27, 31, 33, 35, 42, 43, 46-48, 54, 59, 60, 63, 65-67, 69, 73, 84, 88, 95, 127, 132, 154, 156, 163, 168, 180, 184, 199, 200, 203, 231, 237, 264, 275, 281, 301, 355, 358, 360, 361  
mediático(s) 163, 166, 209  
medieval 6, 33, 218, 224, 240, 260-278, 360  
mercado *mainstream* 181  
mercado musical 31  
mesa(s) de mistura 143, 146, 315, 316  
Messenger 101, 104-106, 111, 113-117, 120, 123, 124  
metadieético 311  
metalcore 191, 193, 194, 197, 203, 204, 359  
metaleira(s) 192, 194, 195, 203, 204  
meta-mundo 288, 289  
metanarrativo 319  
metodologia(s) 34, 60, 64, 107, 108, 281-284, 290, 294, 295, 327, 334, 335, 340, 342, 344-346, 358  
*micro-blogging* 39  
minimalismo 250, 251, 253  
mistura 143, 146, 183, 309, 315, 316, 336, 352  
MIT Media Lab 60, 62  
mobilidade/*mobility* 4, 23, 29, 31, 36, 37, 67-97, 355  
*modding* 212, 213, 223, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 241  
modernismo 291, 292

- mods* (v. ficheiros de modificação)
- morte do autor 159, 161, 162
- mp3 39, 44, 129, 184, 220, 232, 235, 236, 239, 244
- MTV 5, 32, 129, 140-152, 169, 280, 357
- multimédia/*multimedia* 6, 30, 34, 54, 58, 59, 139, 140, 287, 349-353, 355, 361, 362
- música ambiente 251, 311, 356
- música de filmes 359
- música electrónica 306-310, 312-314, 316-320, 322, 323, 359, 360
- música erudita 39
- musical ecology* 61
- música minimal 310, 323
- música móvel/*mobile music* 31, 67-70, 88, 91, 93-96
- música pré-existente 243, 320
- music industry* (v. indústria musical)
- musicologia 30, 40, 193, 230, 343, 345, 347, 355, 357-361
- músicos/*musicians* 74, 78-82, 84, 90-92, 98, 130, 132, 133, 135, 223, 238, 356
- MySpace 179-181, 192, 200-202, 204-206
- não-convencional 340
- não-linearidade 162, 319
- narrativa(s) 33, 54, 146, 153, 154, 162, 164, 213, 224, 229, 243-254, 251, 253, 256, 291, 303-305, 307, 311, 317, 319, 320
- neoliberal 47, 168
- netaleiros 194
- net arte 287
- networking* 42, 90, 137
- Neuromancer* (v. Gibson) 280, 306
- new media art* 300, 360
- Nexus Mods* 5, 33, 210-241, 359
- notação 10, 342, 343
- Nova Iorque 141, 143, 308
- novos meios, *new media* 35, 38, 61, 65, 154, 156, 169, 186, 231, 298, 323, 355
- obra 5, 7, 10, 12-15, 20, 22, 24-26, 48, 55, 57, 61, 62, 141, 148, 150, 151, 153-169, 283, 296, 302, 306, 319, 323, 340-346, 351-353, 357, 362
- obra aberta 5, 24, 153-169, 357
- obra musical 61, 161, 166, 340-343, 345, 346
- O Corvo (v. Soldado) 6, 27, 34, 349-353, 362
- Odisseia 330
- offline* 45, 204
- online* 5, 29, 30, 32, 38-41, 43, 47, 49, 57, 59, 65, 66, 69, 75-80, 84, 88, 91, 100, 103, 104, 108, 120, 121, 126, 129-131, 135, 139, 154, 170, 172, 180, 183-186, 189, 191-194, 199-201, 204, 205, 210, 223, 230, 234, 237, 241, 245, 308, 355, 356, 358, 359
- ópera 6, 11, 12, 27, 34, 349-353, 355, 362
- ópera de câmara 6, 27, 349, 362
- ópera-monólogo 34, 349
- originalidade 246
- orquestra(s) 12, 61, 176, 189, 190, 341, 358
- ouvinte(s) 21, 25, 26, 41, 50, 51, 64, 155, 171, 192, 203, 267, 323, 353
- padrões de consumo 320
- paisagem sonora 31, 101, 117, 228, 319
- paradigma(s) 4, 6, 23, 31, 32, 37-66, 167, 192, 196, 197, 200, 211, 289, 294, 300, 315, 340-348, 355, 361
- Parkway Drive 197
- participação/*participation* 4, 21, 23-25, 32, 37-66, 76, 78, 90, 108, 172, 174, 176, 180, 186, 211, 355, 357
- participatory culture* 97, 132, 139, 169
- partitura(s) 230, 340-344, 353
- patronage* 74, 78
- Peenemünde* 6, 33, 279, 280, 287, 289, 290, 293-296, 300, 301, 360
- peer to peer* 44, 185, 186
- performance(s)* 30, 62, 63, 68, 77, 93-95, 150, 151, 181, 193, 287, 340, 342, 343
- performers* 93, 129, 130
- Pessoa, Fernando 349, 350
- phonograph* 127, 128
- piano 37, 232, 238, 250, 355
- pirataria 184-187, 189
- Pizarro, Artur 37, 39
- plataforma(s) 8, 23, 26, 29, 31-33, 37-39, 41, 44-47, 54, 58, 63, 105, 106, 178-181, 183, 192, 197, 200, 201, 209, 210, 213, 214, 218, 221, 228, 229, 357-359
- plataforma digital 200, 201
- plataformas *online* 32
- Platão 330, 331, 339
- playbour* 214, 231
- poder 10, 22, 40, 47, 51, 63, 64, 107, 112, 115, 150, 168, 282, 285, 305, 306, 332, 351
- Poe, Edgar Allan 349, 350, 362
- política 21-23, 31, 32, 140, 147, 150, 151, 271, 290, 357
- pop rock 176, 182
- portabilidade/*portability* 31, 45, 49, 50, 67, 95, 101, 103, 129, 356
- portable listening devices* 67

- pós-digital 26, 279-289, 300, 328, 360  
 pós-humanismo, pós-humano 303, 308, 310, 313, 314, 316, 361  
 pós-industrial 41, 287  
 pós-modernismo 153, 168  
 processos industriais 253  
 produção colaborativa 61  
 produção de conteúdos 42  
 produção musical 24, 34, 45, 63, 180, 191, 214, 245, 309, 313-316, 358  
 produção/*production* 6, 7, 9-11, 24, 25, 29-34, 38-46, 48-52, 56, 60-63, 65, 67, 80, 92, 95, 97, 117, 132, 144, 152, 154, 159, 162, 167, 171, 178-181, 191, 210-212, 214, 221, 223, 227, 230, 232, 235, 237, 244, 245, 248, 249, 255, 256, 258, 263, 280-283, 285, 289, 294, 309, 313-316, 318, 319, 321, 324, 342, 349-353, 355, 358, 359, 361, 362  
*Production Music* 258  
*produsage, producers* 39, 41, 43, 55  
 produtor(es) 7, 11, 20, 24, 26, 41, 43, 47, 50, 54, 157, 164, 172, 178, 211, 214, 310, 317, 320, 336, 361, 362  
 profissionalização 171, 180, 358  
 propriedade intelectual 43, 213  
 psicadelismo 307, 308  
 publicidade 30, 183, 197, 201, 204, 251, 255  
 público(s) 11, 12, 16, 20, 32, 38, 41, 49, 63, 146, 147, 161, 172, 178, 187, 188, 265-267, 270, 275, 276, 295, 315, 319, 320, 342, 355, 357, 360  
*punk* 81, 193, 194, 199, 280-283, 285, 312  
 Queens 144  
 quotidiano 4, 23, 31, 40, 45, 64, 100-124, 356, 357  
 rádio(s)/*radio(s)* 29, 54, 79, 85, 129, 131, 180, 181, 187, 195, 196, 202, 208, 259, 299, 311-313  
*rap* 140, 141, 145-152, 357  
*rapper* 143, 147-150  
 R&B 140  
 realidade aumentada 59  
 realidade mista 58  
*recorded music* 71, 80, 83, 129, 139, 237  
*record labels* (v. editoras discográficas)  
 rede social analógica 31, 101, 116, 118, 196, 356  
 rede(s) digital(ais) 7, 8, 23, 24, 54, 151, 356  
 redes de interação 204  
 rede social 101-103, 106, 112, 115, 116, 118, 191, 196, 198, 201, 202, 206-208  
 Redshoes, Rita 173, 179-181, 189  
*remix, remixing* 46, 66, 68, 311, 312  
 reprodução sonora 45  
*A República* (v. Platão) 330, 339  
 revista(s) 186, 195, 196, 202, 208, 277, 357  
 Rhapsody Rabbit 37  
 Richie, Lionel 143  
 ritmo(s) 160, 165, 166, 250, 279, 309, 342, 244, 346  
 rock 11, 72, 144, 145, 176, 194, 205, 244, 311, 313  
 rock industrial 311, 312  
 romântico 244, 265, 272  
 RPG (role-playing game) 233, 262  
 sátira 192, 197  
 Schönberg, Arnold 332, 333, 339  
 sensorial 107, 108, 164, 166, 168, 215, 280, 283, 300  
 Sérgio, António 196  
 significado(s) 44, 48, 55, 117, 151, 160, 162-164, 167, 216, 310  
 silêncio 114, 121, 124  
 simulação/*simulation* 33, 100, 224, 239, 260, 261, 284, 286, 288, 300  
 síntese sonora 307, 314, 315  
 sintetizador 316  
 sistemas de poder 40  
*sites* 6, 29, 32, 44, 49, 56, 57, 69, 78-80, 137, 157, 180, 181, 183-185, 186, 199, 205, 218, 221, 233, 234, 236, 237, 241, 243-259, 304, 359  
 Skype 62, 109, 120, 139  
*smartphone(s)* 30, 45, 57, 68, 69, 74, 85, 86, 93, 101, 103, 104, 106, 112, 113, 127, 128, 130, 358  
 sociabilidade(s) 29, 31, 32, 40, 48, 54, 63, 170, 191, 263, 320, 356, 358, 359  
 social 8, 9, 17, 19, 31, 33, 37, 38, 40, 43, 44, 48, 49, 53, 54, 67, 74, 77, 78, 90, 95, 96, 101-103, 106-108, 112, 115-118, 121, 127, 133, 137, 142, 146, 150, 160, 169, 186, 188, 191, 196, 198, 199, 201, 202, 206-208, 213, 233, 234, 237, 241, 263, 265-267, 269, 271-273, 277, 280-282, 284, 286-288, 292, 303, 306, 307, 320-324, 348, 355, 360, 361  
 sociedade de consumo 32, 140, 143, 357  
 sociedade em rede 31, 41, 42, 55, 65, 322  
 sociedade imperial 168  
 sociologia 7, 193, 205, 277, 351, 355, 358-361  
*software(s)* 41, 43, 45, 51, 56, 62, 93-95, 135, 211, 212, 219, 223, 228, 232, 235, 238, 241, 295, 296, 299, 314, 355  
 Soldado, Luís 6, 27, 34, 349-353, 362  
 som(ns)/*sound(s)* 27, 30, 45, 50, 52, 56, 61, 65, 67, 73, 88, 94, 95, 100-127, 129, 130, 139, 144, 158, 166, 169, 185, 189, 198, 208, 213, 217,



- 220-222, 224, 226, 227, 229, 231-237, 239, 240, 269, 279, 281, 283, 285, 287, 288, 300, 301, 308, 309, 311, 315-317, 323, 328, 333, 342-344, 351, 357, 361
- songwriter* 130, 184, 198
- sonic practices* 67, 95
- sonoridade(s)* 181, 197, 224, 243, 252-254, 313, 340, 342, 359
- SoundCloud 127, 179, 180, 182, 183, 201, 234, 236, 241
- Spotify 39, 45, 73, 80, 83, 86, 87, 89-91, 97, 98, 127, 178, 179, 183, 198, 201, 209
- star* (v. estrela)
- stock music* 221, 237, 244
- streaming* 29, 32, 39, 45, 62, 68, 73, 80, 83, 86-91, 99, 127, 136, 137, 151, 201, 209, 358
- street artists* 59
- subcultura(s)* 142, 193, 196, 280
- subgênero(s)* 146, 154, 156, 165, 191-193, 199, 200, 213, 283
- tablet(s)* 29, 50, 68, 69, 74, 85, 86, 93, 98, 106, 130, 358
- Tagg, Philip 243-245, 248, 249, 259, 359
- tags* 249
- técnicas minimalistas* 250-254, 279, 286, 289, 290, 303-325, 359, 360
- tecnologia(s)/technology(ies)* 26, 27, 30, 31, 34, 44-46, 50, 52, 54-57, 59, 68, 71, 72, 79, 80, 82, 85, 86, 90, 92, 95, 97, 98, 127-129, 135-137, 154, 155, 174, 202, 206, 207, 222, 231, 237, 240, 280-290, 293-295, 297-300, 305, 306, 310, 313-316, 321-324, 340-348, 355, 360-362
- tecnológico(s)* 154, 162, 279, 286-288, 298-300, 303, 304, 315, 316, 319, 338, 340, 342, 343, 347, 360, 361
- tecno-utopia* 26, 279-302
- teledisco(s)* 142, 145, 148
- televisão(ões)/television* 21, 54, 128-131, 141, 146, 148, 151, 153, 169, 180, 202, 208, 211, 217, 258, 259, 356
- Termómetro Unplugged 182
- The Book of Sand* (v. Aa) 57, 65, 66
- The Elder Scrolls* 210-242
- The Sims* 231, 260-262, 275, 277, 278
- The Sugarhill Gang 141, 144
- timbre(s)* 315, 344, 345, 348
- Toffler, Alvin 41, 65, 66, 99
- Toronto Symphony (v. Machover) 60
- trance* 311, 321
- transcendência* 288, 308
- transmedia* 49, 54, 55
- Twitter 39, 77, 192, 201, 206, 237
- underground* 146, 193-195, 197, 199-201, 203-205, 207, 297
- unheard melodies* (v. Gorbman) 169, 255
- Unidades Semióticas Temporais (UST) 345, 348
- universo mágico* 265
- urbano(s)* 11, 143, 146, 148
- utilizador(a/es)* 22, 23, 25, 26, 30, 31, 41-45, 52, 54-58, 86-92, 102-107, 126, 130, 132-136, 154, 157-161, 163-167, 185, 186, 191, 199, 200, 202, 204, 210-213, 214, 218, 220-223, 225-227, 229, 230, 232-235, 237, 249, 356, 359
- valor cultural* 55, 159, 320
- vanguarda* 292
- VHS 146
- vídeo(s)/video(s)* 30-32, 38, 41, 53, 56-60, 62, 105, 106, 125-129, 132-134, 136, 137, 139, 140, 142-169, 180, 197, 199, 205, 207, 222, 227, 241, 245-247, 249, 250, 253-255, 257, 258, 265, 280, 352, 357, 362
- videoclipe(s)* 5, 140-145, 147-150, 153, 157, 178, 197, 357
- videojogo(s)* 6, 24, 25, 30, 33, 210-229, 260-278, 311, 359, 360
- vídeo(s) musical(ais)* 30-32, 53, 140, 150, 153-157, 159, 162, 163, 165-169, 357
- vídeo promocional* 362
- Vimeo 126
- virtual* 6, 18, 25, 33, 58, 67, 85, 86, 92-95, 123, 166, 215, 217, 231, 232, 235, 273, 284-286, 297, 298, 300, 303-325, 360
- virtualidade* 33
- VJing 144
- vocalista* 143, 177, 193, 197, 201, 204, 206
- web* 43, 44, 57, 62, 90, 155, 169, 172, 178, 179, 181, 183, 184, 197, 210, 241, 324
- web art* 57
- website(s)* (v. sites)
- Weinstein, Deena 193, 205
- WhatsApp 105, 114, 115, 124
- World Wide Web 279
- YouTube 5, 23, 31, 32, 38, 39, 41, 45, 54, 60, 65, 106, 125-152, 169, 178-180, 191, 192, 197, 199, 206, 222, 227, 228, 233-235, 237, 241, 267, 268, 270, 278, 325, 356, 357
- Zimmer, Hans 221, 226, 233, 236, 254

