



Os Cantos das Cidades: cenas musicais e mediatização na era dos downloads¹.

Jeder Silveira Janotti Junior²

Universidade Federal de Alagoas
Universidade Federal de Pernambuco.

Resumo

O artigo procura amplificar a idéia de cena desenvolvida por William Straw levando em conta não só os aspectos sociológicos da proposição inicial dos pesquisador canadense, como também o processo de mediatização da música nos cenários urbanos contemporâneos. Essas discussões tem como pano de fundo a compreensão da importância do consumo dedicado de música nos tecidos urbanos em tempos de internet, destacando o papel desempenhado pelas vibrações musicais na constituição de uma tessitura da intriga que envolve consumo, espaço e circulação difusa de julgamentos de valor no processo de revalorização das cenas musicais como locais de práticas de consumo e fruição estética da música popular massiva.

Palavras-chave

cena musical – mediatização – música popular massiva

Prelúdio

O trabalho aqui apresentado procura atualizar a idéia de cena musical, agrupando além dos aspectos sociológicos que marcam a maioria dos trabalhos sobre cena, os aspectos estéticos e as mediatizações que muitas vezes parecem obliteradas quando se pensa o modo como boa parte do consumo da música popular massiva é materializado através das transformações dos espaços geográficos em “lugares afetivos”. É bom lembrar que toda a transformação do consumo de música através das práticas digitais não está desconectada do fortalecimento da indústria de shows, fato que corrobora a força do tecido urbano na música popular massiva.

Para trilhar o caminho proposto é preciso ir além das armadilhas que parecem separar, de um lado, a estética da comunicação, de outro, os estudos culturais aplicados

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pesquisador do CNPq, professor de comunicação da univ. Federal de Alagoas e professor do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE.



aos objetos de comunicação. Além de reconhecer o caráter complementar dessas abordagens, busca-se amplificar a idéia de cena musical, reconhecendo que mediações alimentam o mercado de bens culturais e que lógicas de mercado se articulam às singularidades da fruição estética. As possibilidades vivências estéticas seriam um diferencial para marcar a especificidade das cenas em meio à profusão de sons no tecido urbano. Desde já, cabe reconhecer com Simon Frith (2006) que longe de compreender quaisquer práticas musicais, a noção de cena, seja em sua origem a partir do consumo do jazz nos EUA, seja sua afirmação através do rock e da música eletrônica, pressupõe culturas de escuta de conhecedores, ou seja, atores sociais como músicos, críticos e fãs que possuem tempo e capital simbólico não só para a feitura e o consumo distintivo de música, bem como dedicação a essas práticas. Não é só o ato de ouvir música que delimita a existência de uma cena musical, mas também as discussões em torno dos processos de rotulação e um contínuo processo de auto-referenciação. Na perspectiva aqui adotada não há cena que se afirme sem exercícios auto-reflexivos. Encontra-se aqui a idéia de que participantes destacados das cenas são quase “militantes”, nos sentidos negativos e positivos do termo, ou seja, são agentes de fomento de práticas de profissionalização do mercado da música ao mesmo tempo em que podem se transformar em obsessivos defensores de monoculturas musicais.

Para além das polemizações, a escritura aqui proposta espera destacar o processo de mediação como lugar privilegiado de articulação de redes sociais, práticas econômicas e expressões musicais para a configuração de um amálgama que forja a afirmação (e a constante reconstrução) das cenas musicais através de suas materializações em práticas comunicacionais. Isso implica pensar que o valor da música popular massivo envolve não só acordes e frequências sonoras, como também lugares de circulação, embalagem e vivência da música nos tecidos sociais.

1. Cena musical

A idéia de cena é envolve a nomeação cartográfica de práticas musicais que se materializam em determinados espaços urbanos. Antes de mais nada, essas práticas procuram transformar lugares geográficos em espaços significantes, ou seja, os indivíduos que circulam em uma cena musical criam mapas urbanos que envolvem afetos, experiências estéticas, práticas sociais e relações de consumo.



Em geral, quando aparece alguma ebulição cultural em torno de expressões da música popular massiva³ de caráter distintivo, ela é logo nomeada pela crítica cultural, que procura mapear a existência destas cenas. Essa idéia pressupõe práticas de críticos e jornalistas culturais que não estariam restritos aos agendamentos forjados pelos grandes circuitos de shows ou pelos tradicionais lançamentos do que resta da grande indústria musical. Ao invés de intermediários culturais, os jornalistas que participam do processo de nomeação de novas cenas musicais seriam agentes responsáveis por materializar experiências singulares ligadas a práticas musicais que ainda não se caracterizariam pela capacidade de auto-reflexão. Assim, a presença das redes sociais teria um efeito viral sobre a existência das cenas musicais contemporâneas, mostrando que ao invés do fim das rotulações estaríamos na época dos excessos de etiquetagem. Antes de decretar o fim do jornalismo cultural, os excessos de circulação de bens acabaram por ampliar a necessidade da existência de mediadores críticos, responsáveis por filtrar (ou refletir) a enxurrada produtiva que marca a cultura contemporânea. Justamente por isso, as cenas musicais se caracterizam por práticas específicas de escutas musicais:

Nesse sentido, escutar/ouvir, o par que nos interessa examinar, está relacionado aos aspectos mais concretos da relação com o som. Um deles requisita uma postura subjetiva, o escutar. Depende da ação do ouvinte. O outro se refere justamente àquela dimensão primitiva da percepção da qual deriva a escuta. Muita coisa é ouvida, mesmo quando o ouvinte não está interessado em escutar (CARDOSO FILHO, 2010, p.26)

Nesta direção, pode-se notar que a sistematização acadêmica da idéia de cena musical foi proposta por Will Straw como um modo diferencial de circulação de música nos tecidos urbanos. Inicialmente Straw procurou perceber as redes de sociabilidade que moldavam o consumo do rock alternativo e da dance music em cidades como Montreal, Toronto, Detroit, Los Angeles e Londres. Essa perspectiva procurava diferenciar comunidades musicais de cenas, apontando os aspectos ativos das últimas contra o engessamento geográfico das primeiras:

Como ponto de partida, é possível colocar uma cena musical como distinta, de modo significante, da velha noção de comunidade musical. A última pressupõe um grupo populacional cuja composição é relativamente estável – de acordo

³ Música Popular Massiva é compreendida aqui como um ambiente midiático que envolve formatos culturais e de armazenamento da música, relacionados ao desenvolvimento de aparelhos de produção, reprodução, circulação e gravação musical, que envolvem lógicas mercadológicas da indústria da música e diferentes modos de execução e audição relacionados a esta ambientação (JANOTTI JR, 2006).



com uma ampla gama de variáveis sociológicas – em que o envolvimento com a música toma a forma de uma contínua exploração de um ou mais idiomas musicais pronunciados que são enraizados dentro de uma herança geográfica e histórica específica. Uma cena musical, em contraste, é um espaço cultural em que uma diversidade de práticas musicais coexistem, interagem umas com as outras em meio a uma variedade de processos de diferenciação, de acordo com uma ampla variedade de trajetórias, de mudanças e hibridismos. O senso de propósito articulado dentro de uma comunidade musical normalmente depende de uma aliança afetiva entre duas condições: de um lado, práticas musicais contemporâneas, de outro, a herança musical que parece tornar a atividade contemporânea apropriada a um determinado contexto. Dentro de uma cena musical, o mesmo senso de propósito é articulado em meio às formas de comunicação através das quais a construção de alianças musicais e o desenho das fronteiras musicais tomam forma. O modo como as práticas musicais dentro de uma cena se vinculam aos processos históricos de mudança ocorre dentro de uma cultura musical ampla que também é uma base significativa do modo como essas formas são posicionadas dentro da cena em nível local. (STRAW, 1997, p. 494)

A proposta de Straw tentava dar conta de novas relações estabelecidas na circulação global da música popular massiva, ou seja, ao invés de reconhecer as identidades culturais como algo fechado, centradas em locais geográficos delimitados e nas línguas nativas, a noção de cena musical aponta para um processo de identificação, “(...) *uma falta* de inteireza que é ‘preenchida’ a partir de nosso *exterior*, pela forma pelas quais nós imaginamos ser vistos por *outros*” (HALL, 1999, p.39. Grifos do autor).

Em um mundo em que a circulação de música atua de forma dinâmica nas interações entre práticas globais e locais, não parecia mais possível isolar as relações entre música e identidade em espaços engessados. As cenas afirmavam identidades nas constantes negociações entre afirmações cosmopolitas (conexão com expressões musicais que circulam em lugares distintos do planeta através da internet e outros meios) e as formas como as mesmas expressões musicais se materializam em diferentes espaços urbanos. Essa dinâmica acabou revelando uma constante no mundo dos fazeres e do consumo culturais atuais, há uma circulação global do conhecimento que envolve desde a partilha de ferramentas de edição e consumo (como *softwares* e plataformas de redes sociais), mas a recepção se caracteriza por apropriações singulares destas ferramentas. Mesmo antes do advento da internet, o próprio modo como as grandes multinacionais do mundo do disco se afirmaram ao redor do globo já tinha essa dinâmica em perspectiva, ou seja, ocorreu uma difusão até certo ponto homogênea de rotinas produtivas e aprendizados de consumo, que foram tensionadas ao mesmo tempo em que se espalhavam a partir dos encontros com entre a cultura das organizações mundializadas e as apropriações musicais locais. Essa perspectiva abriu novas



possibilidades de compreensão de fenômenos que emergiram dentro desse sistema, mas que tinham marcas distintivas locais: caso da própria Música Popular Brasileira, que em grande medida teve boa parte de seus álbuns lançados pelas chamadas “*majors*”.

A proposição de Straw foi importante para que se ultrapassasse a focalização excessiva nos aspectos sociológicos das comunidades no consumo da música ou em seus aspectos homogeneizantes. Mas esse fato acabou gerando uma valorização excessiva de práticas sociais que giram ao redor da música em detrimento das próprias escutas musicais. Em parte, essa obliteração da materialidade da música está centrada na compreensão das cenas musicais em um tripé que englobam 1) a noção de campo das práticas culturais de Bourdieu, reconhecendo certos padrões e regularidades no consumo musical de cenas distintas; 2) a lógica social dos produtos das indústrias culturais proposta por Bernard Miége, ressaltando os processos de circulação/produção através das idéias de novidade, longevidade, canonização e valorização dos produtos e espaços das cenas, e 3) uma articulação entre as táticas culturais definidas por Michel de Certeau como movimentos circunstanciais no cotidiano dos consumidores culturais que se diferenciam das estratégias dos grandes conglomerados midiáticos em uma interação com dois processos sociais – a) as disputas em torno de prestígio e status que envolvem músicos, críticos, produtores e fãs nas cenas e b) a contínua transformação das relações culturais e sociais. Dentro desse panorama talvez o único ponto que permita a percepção da importância dos aspectos estéticos das práticas musicais seja a articulação com as idéias de Bernard Miége em torno do que é considerado novo e canônico nas indústrias culturais.

Seguindo essa perspectiva, Straw reconhece a dinâmica entre a autonomia relativa das apropriações da música na cidade e o peso da indústria fonográfica na configuração da música contemporânea, sem necessariamente apontar para a importância dos gêneros musicais nesses processos. Até hoje a noção de cena é vista como um contraponto ao peso que as estratégias econômicas das indústrias culturais possuem no mundo da música, ou seja, há um peso na diferença entre a apropriação da música e sua produção em grande escala. O problema é que uma boa parte das expressões musicais ditas distintas ou alternativas, como o indie rock e o samba, também circulam pela grande indústria da música. Muitas vezes questões como autenticidade e autonomia não estão ligadas somente ao processo de produção/circulação, bem como aos modos de afirmação desses valores dentro do jogo das próprias “*majors*”, fato demonstrado por exemplos canônicos como Beatles, Jimmi



Hendrix, Janis Joplin, Mutantes, Chico Buarque, Strokes, Los Hermanos, Rolling Stones, Elis Regina, entre outros.

Em meio a este contexto podemos perceber que as cenas musicais estão ligadas à afirmação de autenticidade que perpassa gêneros musicais diversos, mas essa articulação obedece tanto a configurações locais, bem como a afirmação de autonomia frente a práticas musicais globais do consumo de música. Cenas musicais, como o heavy metal mineiro e o indie rock carioca negociam com a Belo Horizonte da MPB e o Rio do samba. Nesta articulação nem toda relação vai ser construída de modo binário, ou seja, positivo/negativo. Isso não significa que as perspectivas de autonomia não sejam excludentes ou que a “autenticidade” dessas práticas musicais funcionem da mesma forma. Na verdade, é possível perceber que como coloca Simon Frith (2006), autenticidade e autonomia são idéias globais que perpassam diferentes gêneros musicais, mas os modos de suas articulações vão tornar relevantes aspectos locais do consumo musical.

Uma cena implica a construção de modos específicos de mapear o terreno urbano através de práticas musicais auto-reflexivas, ou seja, os participantes de uma cena musical se reconhecem na cena ao mesmo tempo em que demarcam, de modo dinâmico, seu alcance, forjando assim práticas afetivas, estéticas, mercadológicas através do consumo especializado e do contínuo debate sobre qualidade e autenticidade musical em uma contínua articulação dos aspectos globais e locais. Não há como consumir *heavy metal*, por exemplo, sem relacionar essa prática com o tecido urbano em que ela ocorre, mesmo quando isso significa fechar-se em casa para negar o valor musical da cidade que se habita. Aliás, pelo menos até os dias de hoje, não temos como fugir das tessituras urbanas em que vivemos.

Assim, as cenas musicais estão conectadas a idéia de diferenciação e distinção, ou seja, há certo esnobismo na reivindicação de consumos especializados em qualquer cena musical. A distinção está diretamente conectada a necessidade de marcar diferenças corporais e estilísticas em relação aos traços do consumo musical homogeneizado. Não é a mesma coisa dar visibilidade ao consumo do samba no Rio ou em Seattle nos EUA. A própria história do conceito de cena nos permite vislumbrar melhor o papel que as cidades ocupam no consumo cultural da música.

2-História e atualidade das cenas musicais



Já nos anos 40 do século XX, jornalistas estadunidenses tentavam dar conta do mundo dos conflitos e diálogos em torno da apropriação de práticas musicais que faziam parte da produção e consumo do jazz, nomeando essas práticas como a cena jazz (BENETT; PETERSON, 2004). É importante perceber que a experiência do consumo musical de jazz, que envolvia a comunidade de jovens negros e participação de jovens boêmios brancos da classe média já estava ocorrendo quando elas foram rotuladas. O que jornalistas culturais fizeram foi dar nome e mapa a experiências que permitiam construções cartográficas diferenciadas nos lugares em que essas práticas ocorriam.

Apesar de inicialmente servir de roteiro para os primeiros jovens brancos e boêmios que adentravam os espaços de consumo da música negra, o termo tentava dar conta também da complexa rede de atores sociais responsáveis pela afirmação de uma cena, ou seja, músicos, produtores culturais, gravadoras, locais de shows, críticos e fãs. Em sua gênese a idéia de cena já pressupunha o encontro entre práticas significantes diferenciada do fazer musical, consumo dedicado e rotulações por parte da crítica cultural. A crítica atuava como dupla distinção, pois servia para auferir capital simbólico aos jornalistas que “descobriram” a cena de jazz, ao mesmo tempo em que fundavam uma “comunidade de conhecedores” de jovens brancos de classe média que se diferenciavam afetivamente e comercialmente de boa parte de seus pares por lerem essas críticas, consumirem literatura especializada e conhecerem as “narrativas” do gênero.

A idéia de crítico musical como a conhecemos no âmbito da música popular massiva hoje teve sua gênese nas cenas jazz, através de jovens brancos que se tornaram ávidos colecionadores de discos e das histórias do jazz. A diferença entre fã dedicado a crítico especializado, como afirma Frith (2006), seria o posicionamento do lugar de fala. Até hoje se pode inferir que o protótipo do crítico de música é o de um colecionador dedicado que se transforma em jornalista.

Críticas a parte, não há cena musical sem um entrelaçamento de poéticas musicais, práticas mercadológicas, mapas afetivos e aprendizados ao redor do consumo cultural de música. Por isso, uma cena musical é vivenciada ao mesmo tempo em que suas fronteiras são constantemente reconstruídas. Essa dinâmica desconstrói a idéia de que rótulos são modos de engessar audições e circulação da música. A idéia de cena parece demonstrar o contrário desse pressuposto.

3- As cenas na atualidade



Com a virada do século, os processos de circulação da música que balizaram as proposições iniciais de Straw se transformaram. A noção de cena foi ampliada, valorizando ainda mais questões como a globalização das culturas musicais e as novas tecnologias de comunicação. “‘Cena’ é usada para circunscrever amplos grupamentos locais de atividades que dão unidade a práticas dispersas através do mundo. Ela funciona para designar sociabilidades face a face e é um indolente sinônimo para a globalização virtual das comunidades de gosto”(STRAW, 2005, p.6).

As cidades que acabaram ressurgindo como importantes balizadoras das experiências culturais no mundo atual serviram também como local em que essas experiências acabam ganhando dinâmicas mercadológicas, daí a perspectiva de que as cenas não seriam somente ambientes de práticas sociais, mas importantes lugares para a configuração de parte da atual produção cultural.

Para Bennett e Peterson (2004) as cenas envolvem uma nova gama de práticas musicais: as cenas locais, translocais e virtuais que, apesar de interligadas, ganhariam diferentes recortes de acordo com as relações entre tradições musicais regionais, a articulação de maneira mais ampla com outros territórios e a capacidade de se afirmarem como comunidades de gosto que se materializariam na internet. A partir desse quadro poderíamos imaginar que a cena heavy metal de Belo Horizonte seria local, a cena de heavy metal brasileira seria translocal, pois englobaria espaços geográficos distintos, já a cena de heavy metal mundial se estabeleceria na complexa rede comunicação eletrônica presente na internet: “como os participantes das cenas translocais, os participantes das cenas virtuais estão separados geograficamente, mas ao contrário das cenas translocais, os participantes da cena virtual formam uma única cena através da internet” (BENNET; PETERSON, 2004, p.10). O grande problema dessa articulação é que apesar de tentar levar em conta relações de sociabilidades desterritorializadas, ela perde o foco nos tecidos urbanos como um dos locais privilegiados de materialização da música popular massiva. As cidades que na proposição original de Straw eram o espaço por excelência de aparecimento das cenas, acabam por tornar-se mero acessório nessa nova triangulação.

Assim, mesmo reconhecendo que essa proposição tenta dar conta da circulação da música em espaços distintos, não há como deixar de notar que ela negligencia o papel que as cidades ocupam no consumo da música, esvaziando a abrangência de uma idéia que em sua proposição inicial tentava dar conta da complexidade das relações entre indivíduos, tecido urbano e produtos musicais. Uma cena de heavy metal local



está conectada aos circuitos nacional e global, bem como aos aspectos virtuais de sua circulação nos meios digitais.

As apresentações ao vivo de são partes de uma rede comunicacional, econômica e afetiva que se afirma tanto nos espaços locais, quanto em nacionais e internacionais. Um grande festival de música não acontece desconectado da tecido urbano em que ocorre. Por mais que um grande show possa congrega pessoas de diferentes partes do planeta, ele acaba por reforçar o mercado de música regional e as expressões afetivas locais. Como bem sabem os empresários de serviços, shows movimentam muito mais do que a venda de ingressos e bebidas. Essa compreensão permite perceber o papel que as cidades exercem como espaços dinâmicos para a realização de várias práticas culturais conectadas ao consumo da música. Desde práticas de escuta individuais até grandes shows pressupõem relações com os corpos do ouvinte e negociações com os espaços urbanos em que essas performances ocorrem.

Como exemplo, pode-se imaginar que a já citada cena de heavy metal mineira, que projetou bandas como Sepultura e Overdose, estaria ligada à grande Belo Horizonte. Mas, na verdade, devido às tecnologias de comunicação, mobilidade de suportes de armazenamento da música e circuito de shows, as fronteiras da cena tiveram de ser repensadas. Neste caso, mesmo que o núcleo inicial se mantenha como principal foco de produção, a cena começou exercer influência em outros estados brasileiros e países da Europa, adquirindo diferentes conotações e ajudando a consolidar em termos afetivos e mercadológicos a idéia da existência de uma cena de heavy metal brasileiro. Isso permitiu, inclusive, que Belo Horizonte passasse a ser reconhecida no “mapa metálico” como a capital brasileira do gênero⁴ e que bandas oriundas da cena mineira se integrassem aos circuitos nacional e internacional de shows de heavy metal. O famoso selo independente de Belo Horizonte Cogumelo Records passou a ter seus produtos conhecidos e reconhecidos fora da cidade, chegando a ser referência na produção nacional de heavy metal a partir da consolidação da cena metal no tecido urbano “belo-horizontino”. A existência até hoje do selo Cogumelo (www.cogumelo.com) atesta a

⁴ O documentário *Ruído das Minas*, de Felipe Sartoretto, Gracielle Fonseca e Rafael Sette Câmara, apresentado como trabalho de conclusão de curso em comunicação social na UFMG (2009) mostra a cidade de Belo Horizonte como o berço do gênero em solo brasileiro, procurando compreender os motivos que levaram a capital de Minas Gerais a se tornar a capital brasileira do heavy metal na década de oitenta.



força da cena mineira de heavy metal e o peso que as referências locais podem adquirir em tempos de internet.

Uma proposta de compreensão ampla da interconexão entre afeto, estético e mercado nas práticas ligadas às cenas musicais não pode abrir mão de perceber as mediações que se destacam nas interações sociais e nos espaços de consumo de música nos territórios urbanos.

Até aqui, parece que as abordagens das cenas musicais insistem em supervalorizar as lógicas produtivas e redes sociais, quando, na verdade, a junção desses aspectos (estéticos, ideológicos e mercadológicos) acaba sendo o alicerce das dinâmicas fronteiriças de uma cena musical⁵. Mas, de acordo FERNANDES e FREIRE FILHO “as cenas podem interferir, assim, na forma mediante a qual as cidades são organizadas, vistas e experienciadas” (2006, p.33).

Para tentar dar conta da perspectiva aqui exposta, propomos a idéia de que as cenas possibilitam a materialização da música nos espaços urbanos através de um processo de mediação que não pressupõe mais uma separação entre atores sociais e meios. Na verdade podemos deduzir que o que caracteriza uma cena musical são as interações relacionais entre música, dispositivos midiáticos, atores sociais e o tecido urbano em que a música é consumida.

3- Da Mediação

A materialização das cenas musicais está atrelada ao processo de mediação. Essa proposição amplia o papel da circulação de música e crítica cultural nos espaços urbanos em que as cenas estão alicerçadas. Nessa perspectiva o consumo de música nos dias atuais prevê interações difusas entre atores sociais e meios. Segundo José Luiz Braga,

A “circulação social” que caracteriza os processos midiáticos, além de ultrapassar o nível de mercado, ultrapassa também o mero uso transmissivo e o “momento de contacto”. Através de retomadas sucessivas e de reobjetivações, o que “faz a mídia” é uma questão social e gera processos que dizem respeito a nossos modos de ser, passando a fazer, nuclearmente, parte da sociedade, quer sejam positivos ou negativos. (2007, p.151)

⁵ Agradeço a Victor Almeida pelas sugestões sobre o papel das tradições musicais e das afirmações ideológicas das cenas musicais.



Em uma época de aumento exponencial dos downloads musicais e da diminuição de índices astronômicos de vendas de disco, pode-se pensar que passamos de vivências centradas em experiências centradas no consumo de objetos específicos para os aspectos processuais das relações com as mídias. Vale lembrar que a permanência dos CDs e a volta dos LPs ao mercado de consumo musical não estão ligadas ao retorno do produto editorial como motor dos negócios da indústria da música e sim, a sua presença “vintage”, seja pela manutenção de práticas de consumidores que se formaram a partir da construção de coleções, seja por jovens que associam o consumo dos discos a uma prática distintiva de relação com a música. Ou seja, mesmo que haja pistas para se pensar a (re)emergência da idéia de obra musical, o consumo pontual desses produtos está muito mais atrelado a práticas processuais do que a perspectiva de elemento final da cadeia produtiva da música. Como mostram a presença das banquinhas de venda nos mais variados shows de música, essa prática foi incorporada como mais um elemento no consumo espiralado da música. Muitas vezes, como demonstrou Herschman (2007), essa vendagem torna-se apenas um acessório do consumo de música ao vivo.

Podemos pensar em termos estéticos, mas não dissociado dos aspectos mercadológicos, que as próprias possibilidades de fruição estão atreladas a uma narrativização do consumo musical, ou seja uma rede de experiências conectados ao consumo musical, do que propriamente a idéia de relação com um produto editorial:

Na sociedade em mediatização tudo “vem misturado” em um ambiente de cotidianidade e de situações banais. Tanto no nível da percepção criadora como no que se refere aos processos descritivos de eventuais experiências estéticas, não há distinções fortemente preestabelecidas. Reduzido o grau de foco e de atenção, o processo se modifica. A questão que se coloca aqui não é desvalorizar essa situação por contraste a um envolvimento intencionalmente preocupado com questões estéticas. Trata-se diversamente de se perguntar sobre as modificações que tal situação faz incidir sobre a experiência estética. (BRAGA, 2010, p. 77).

Assim, Os processos de transformação de um lugar em espaço de consumo e fruição estética operados pelas cenas musicais envolve relações difusas práticas sociais, lógicas econômicas e vivências sensoriais de ocupação do espaço através da mediatização dos tecidos urbanos; fato que envolve produção, consumo e circulação das expressões musicais em uma dinâmica diferente das cadeias lineares de consumo (produção-lançamento-consumo). Nesse novo mapa as cenas estão mais próximas de



práticas em espiral, que envolvem por exemplo um ir e vir entre crítica, consumo on-line, comentários nas redes sociais e tramas de música ao vivo. Nesse cenário, amplia-se a perspectiva inicial da noção de cena para englobar processos de comunicação em que mercado, criação, produção cultural, consumo global, apropriações locais e experiência estética se amalgamam na circulação de música, nas críticas, nos produtos vinculados diretamente à música, nos pontos de encontros e espaços de shows:

Mesmo ao observar “produtos”, estaríamos voltados, através de seu exame, para questões de circulação em que podem ser envolvidos. Isso assegura a coerência entre o tema da circulação interacional, na qual os produtos midiáticos se inscrevem, e a afirmação anterior sobre os objetos como *médium* da experiência. (BRAGA, 2010, p. 77)

Por exemplo, a teia de coletivos que dão sustentação ao portal rede Fora do Eixo se materializa não só nos shows que acontecem em diversas cidades no país, bem como a partir dos posts, comentários, hashtags, feeds e re-circulação de mensagens que acontecem a partir daí. O fato é que sem os tecidos urbanos onde os coletivos são organizados, a comunidade virtual não se materializaria, mesmo nos links para shows ao vivo (on-line) há uma resignificação dos papéis da cidade que deixa de ser a metrópole moderna para se transformar em territórios de concreto conectados virtualmente com o mundo. A rede Fora do Eixo é fundamental para a tessitura social de centenas de cenas de indie rock espalhadas pelo Brasil afora, assim como a Fora do Eixo Extremo serve para solidificar redes ao redor de gêneros como o hardcore e o heavy metal através do fortalecimento das “cenas locais”.

O ato de nomear uma cena como indie rock, heavy metal, samba ou música instrumental já é um primeiro enquadramento que tenta dar conta da partilha de uma experiência musical que acontece em espaços urbanos delimitados. Os milhões de tags, comentários e as críticas tradicionais servem como referência para entendermos os valores plásticos das sonoridades em questão.

Isso corresponde a dizer que não é a experiência meramente psicológica que é “estética”, mas sua relação interacional ou comunicativa, o compartilhamento – o trabalho de objetivação da emoção sentida. Trabalho que, por sua vez, como expressão de relação entre pessoa e situação é ainda “experiência vivida”. (BRAGA, 2010, p. 83)

As cenas musicais fazem então com que a vibração musical se materialize nas cidades através de sua nomeação e das vibrações que perpassam shows, discussões,



circulação de produtos editoriais e de fluxo, assim como pela ocupação do espaço urbano e virtual. Uma cena se vislumbra nas melodias e harmonias que circulam na cidade, nos produtos musicais, acessórios, comentários e atitudes, bem como nos lugares em que essas vibrações são vividas, e no modo como se relacionam com outras expressões musicais e como são imaginadas nos produtos culturais.

Assim, por mais que vivamos na época da rede mundial de computadores, são as próprias modificações culturais operadas pela internet que fazem com que as cenas musicais se materializem nas cidades através dos aspectos táteis da arquitetura, das cores, da amplificação sonora; da valorização do grave em detrimento dos sons agudos (ou vice-versa), dos tipos de timbragem das vozes, das preferências por locais de apresentação de música, da valorização das calçadas ou dos infernhos, dos selos de distribuição de música, da tensão com outras interações na cidade, dos espaços de dança, das lojas de instrumentos musicais, da preferência por downloads, das banquinhas de camisetas e dos CDs nos espaços de shows, dos pontos de encontro para bater papo, da vestimenta que paramenta cenas, dos psicotrópicos associados às expressões musicais, da crítica e da circulação de comentários sobre as cenas, enfim, uma série de aparatos culturais que forjam os aspectos mercadológicos e sensíveis do consumo especializado de música nas cidades contemporâneas.

Referências

- BENNET, Andy e PETERSON, Richard A. **Music scenes: local, translocal, and virtual**. Nashville, Vanderbilt University Press. 2004.
- BRAGA, José Luiz. Experiência estética & mediatização. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. **Entre o sensível e a Comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p.73-88.
- _____. Mediatização como processo interacional de referência. In: MEDOLA, Ana Sílvia.; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre: Sulina, 2007, p.141-167.
- CARDOSO FILHO, Jorge. **Práticas de escuta do rock: experiência estética, mediações e materialidades da comunicação**. 2010. 211 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais.
- DEWEY, John. **Arte como Experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- DUARTE, Eduardo. As vertigens estéticas de um campo em configuração. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. **Entre o sensível e a Comunicação**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 89-104.
- FREIRE FILHO, João; FERNANDES, Fernanda Marques. Jovens, espaço urbano e identidade: reflexões sobre o conceito de cena musical. In: Freire Filho, João; Janotti Jr., Jeder. (Org.). **Comunicação e música popular massiva**. Salvador: Edufba, 2006, v. , p. 25-40.



FRITH, Simon. **Performing rites: on the value of popular music.** Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

GUIMARÃES, César. O que ainda podemos esperar da experiência estética?. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. **Comunicação e Experiência Estética.** Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006, p. 13-26

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno. Experiência mediada e experiência estética. **Anais da XVI Compós,** Curitiba, Universidade Tuiuti do Paraná, 2007. Disponível em < http://www.compos.org.br/data/biblioteca_236.pdf > Acesso em 01 de agosto de 2010.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Experiência estética e comunicação. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. **Entre o sensível e a Comunicação.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p.7-15.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. **Comunicação e Experiência Estética.** Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

HERSCHMANN, Micael. **Lapa, cidade da música.** Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

JANOTTI JR, Jeder. **Aumenta que isso aí é Rock and Roll: mídia, gênero música e identidade.** Rio de Janeiro, E-papers, 2003.

_____. Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. **UNirevista** – vol 1, nº 3, 2006.

LEAL, Bruno. A poesia que a gente vive, talvez. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. **Comunicação e Experiência Estética.** Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006 a, p. 79-87.

_____. Saber das narrativas: narrar. In **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano.** FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César. Belo Horizonte: Autêntica, 2006b, p. 19-28.

LIMA, Tatiana. **Manguebeat – da Cena ao álbum: performances midiáticas de Mundo Livre S/A e Chico Science & Nação Zumbi.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador: FACOM/UFBA, 2007.

NOBRE PIRES, Victor de Almeida. **Para além do post-rock: cena, mídia e a nova música instrumental brasileira.** 2010.78 f. Monografia de conclusão de curso (graduação) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Alagoas, 2010.

RUÍDO DAS MINAS. Direção Felipe Sartoretto. Produção Gracielle Fonseca. Roteiro. Câmeras Leandro Lima e Rafael Sette Câmara. Belo Horizonte, UFMG, 2009. 1 DVD. (123 min) Trabalho apresentado como parte dos pré-requisitos necessários para a conclusão de curso em comunicação social na UFMG .

SÁ, Simone Maria Andrade Pereira de. **Quem media a cultura do shuffle?** Cibercultura, mídia e gêneros. In: ALAIC - Associação Latino Americana de pesquisadores de Comunicação, 2006, São Leopoldo - RS. ANAIS da ALAIC. São Leopoldo - RS : ALAIC/UNISINOS.

STRAW, Will. **Systems of Articulation, Logics of change: Scenes and Communication in Popular Music.** Cultural Studies. Vol 5, n. 3 (Oct. 1991).

_____. **Accounting for Culture: Thinking Through Cultural Citizenship.** Ottawa: University of Ottawa Press, 2005.

_____. **Cultural Scenes.** *Loisir et société/Society and Leisure*, vol. 27, no. 2 (Autumn, 2004), pp. 411-422.