



Notas Musicais: o Uso da Ferramenta *MySpace* pela Produção Musical Teresinense¹

Caio Bruno Silva do Carmo²
Gustavo Fortes Said³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI.

RESUMO

Este artigo propõe descrever a forma como os músicos teresinenses (amadores e profissionais) usam a Internet como ferramenta de divulgação de seus trabalhos. O site *MySpace* (www.myspace.com) foi usado como pano de fundo da análise, uma vez que historicamente ele é considerado uma vitrine para muitos artistas no mundo. O trabalho é dividido em três partes distintas: a primeira faz um breve relato da história cultural da música, a segunda mostra o funcionamento do *MySpace* e a terceira descreve de forma crítica a relação entre os músicos locais e a rede social citada, a partir de depoimentos dos próprios músicos. Acredita-se que, principalmente pela escassez de trabalhos a respeito, a presente pesquisa contribua para o entendimento dos aspectos que envolvem a produção musical do Estado.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; música, Internet; mídia, Piauí.

Apresentação

Esta pesquisa propõe descrever a relação entre a produção musical piauiense (especificamente na cidade de Teresina) e o site MySpace. A escolha do MySpace se deu pelo fato de que sua evolução o tornou uma das principais vitrines para os músicos de todo mundo. Com uma ferramenta que executa faixas em mp3, o site passou de um mero sítio de entretenimento para um repositório de trabalhos de artistas de diferentes regiões do globo. Atualmente, o MySpace passa por uma situação delicada decorrente da última crise econômica mundial. Foram demitidos cerca de 30% dos funcionários⁴ e a filial brasileira foi fechada temporariamente. Este fator, entretanto, não minimiza a importância historicamente consolidada que o serviço trouxe à comunidade musical.

Acredita-se que os produtores culturais e os músicos teresinenses façam pouco uso de ferramentas virtuais para difusão de seus produtos. Apesar de ser uma cidade bastante diversificada em caracteres urbanos e na qual se percebe um intenso hibridismo

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Multimídia do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Caio Bruno é graduando do 7º período em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFPI. Participante do Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação, Cultura e Recepção da mesma instituição. Bolsista Pibic/UFPI no projeto Escola de Palo Alto e os Paradoxos Comunicacionais, e-mail: caiobrunosc@gmail.com.

³ Gustavo Fortes Said é doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS, Brasil. Líder do Grupo de Estudos e Pesquisas em Comunicação, Cultura e Recepção, cadastrado no CNPq e professor titular desde 1994 da UFPI, e-mail: gsaid@uol.com.br.

⁴ Informações em: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/06/16/myspace-demite-30-de-seus-funcionarios/>



artístico, o uso de cibermeios (sobretudo o MySpace) ainda é feito de forma recatada. Obviamente que há exceções que serão esmiuçadas no decorrer do trabalho, mas a impressão primeira é a da pouca intimidade entre os músicos e o MySpace como meio de divulgação de seus trabalhos.

A escolha da divulgação da música local no site MySpace como tema de pesquisa se deve à escassez de produções acadêmicas sobre o mesmo. Se no Brasil tais questionamentos acadêmicos sobre o tema são mínimos, no Piauí, em especial, são praticamente inexistentes. O atual trabalho visa romper a barreira do silêncio com relação ao estudo das formas de distribuição da música, refletindo sobre as novas configurações do musical.

Para tanto, o trabalho encontra-se dividido em três fases distintas. Inicialmente será primordial fazer um resgate histórico da evolução da música como técnica e da sua transformação em produto midiático (JANOTTI Jr., 2006, p. 01). A segunda parte se volta para a explicação do que é o MySpace: definição, características e formas de uso. Por último, e não menos importante, é feita uma descrição crítica da forma como os músicos teresinenses usam o MySpace em benefício próprio.

1. Do Culto Pagão ao mp3: Uma Breve História da Música

Quando Marshall McLuhan (1996) publicou a obra “Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem”, defendendo a idéia do meio como mensagem na era da instantaneidade elétrica, com os meios de comunicação sendo prolongações dos sistemas sensitivo e nervoso dos seres humanos, dedicou parte do trabalho para o estudo do rádio como um meio “quente”⁵. Na ocasião, o autor enfatizou o aspecto tribal que os sons provocam sobre as pessoas usando a valsa com um exemplo: “O aparecimento da valsa [...] expressão humana quente e explosiva, que rompeu aquelas barreiras formais do feudalismo representadas pelos estilos da dança coral e palaciana” (MCLUHAN, 1996, p. 38).

McLuhan foi extremamente feliz em sua colocação, uma vez que suas ideias cabem tanto para o rádio como para qualquer forma de reprodução sonora, seja ao vivo ou por intervenção eletrônica. O objetivo básico dos sons na história do homem sempre foi propagar o apelo tribal e instigar múltiplos instintos para quem os ouve. Basta voltarmos às origens das manifestações musicais. Lá, a tradição era essencialmente oral,

⁵ “Um meio quente é aquele que prolonga um único de nossos sentidos e em ‘alta definição’. Alta definição se refere a um estado de alta saturação de dados”. (MCLUHAN, 1996, p.38).



a chamada música folclórica não se preocupava com o “fazer musical”. Sá (2006, p.02) explica: “Ela se voltava somente com um repasse ideológico geralmente de cunho religioso ou festivo”. Entretanto, com a possibilidade de uma reprodutibilidade massiva dos sons, os músicos começaram a agrupar espectadores num espetáculo que foi nomeado de concerto.

Tratava-se da era dos concertos, contexto em que surgiram compositores exibindo peças conceituais que hoje conhecemos genericamente como “música clássica” ou “música erudita”. Obviamente, o som sempre esteve presente na história humana. Mas, Sá (2006, p.02) afirma que foi somente com a possibilidade de reunir um número sem igual de pessoas com um objetivo comum que a música iniciou seu processo de mutação.

O formato musical dessa época ainda passava longe do formato predominante atualmente. O desenvolvimento de tecnologias que aperfeiçoassem as etapas do processo criativo musical foi fundamental. A música como conhecemos hoje, além de ser considerada uma obra artística ou uma explicitação da subjetividade humana, também pode ser tratada como “um produto de consumo com claras dimensões plásticas e midiáticas” (JANOTTI Jr.; CARDOSO, 2006, p. 01). Assim, atentar-se à história cultural do som é um passo imprescindível para quem deseja analisar as características mercadológicas e midiáticas das produções musicais recentes.

Um dos primeiros passos de tal metamorfose foi a transformação da música em *comoditie*, que vai de vez ampliar sua forma de reprodução, transformando-a num produto em potencial. Thebergé (apud SÁ, 2006, p.03) acredita que o termo “transformar a música em *comoditie*” tem sua origem histórica no fim do século XIX. Na ocasião, os compositores passaram a produzir, copiar e comercializar partituras. Mesmo que de forma indireta, os músicos “vendiam” sua música através da impressão de partituras.

Existem mais duas mudanças que devem ser ressaltadas a fim de esclarecer melhor a história cultural dos sons. A primeira trata da criação de uma hierarquia dos músicos, separando-os em esferas bem conhecidas no contexto atual: o músico profissional (virtuoso, compositor) e o músico amador (despretensioso, reproduzidor). Sá (2006) enfatiza as peculiaridades de cada um:

[...] de um lado surge a figura do virtuoso musical, o gênio romântico, de outro os músicos amadores, que compram partituras e pianos para consumo doméstico, no âmbito das atividades de lazer, sem maiores pretensões artísticas.



Este processo supõe o surgimento de dois mercados: o dos consumidores de música “ao vivo”. (SÁ, 2006, p.03).

A última das rupturas processuais diz respeito à regulamentação dos direitos autorais, que vem como uma consequência da profissionalização na produção musical. Primeiramente adotaram-se medidas contra o roubo e posteriormente oficializou-se a proteção através da criação do *copyright*. A primeira lei de defesa dos direitos autorais na música foi decretada nos EUA em 1909.

Com esses três complementos somados ao viés tribal defendido por McLuhan foi que a música mergulhou no processo de comodificação. Cada vez mais ela foi podendo ser apropriada, reproduzida e consumida, primeiramente em seus lugares de origem e depois para além do seu local de criação, tanto por pessoas que possuíam conhecimento técnico-musical quanto por indivíduos que nunca tocaram instrumento algum. O processo é denominado por Sá (2006, p.04) de “a consolidação do mercado da música massiva”.

Contudo, antes de falarmos da consolidação da música massiva, é de suma importância que mostremos como a música, que na sua origem remetia apenas a cultos e festividades, tornou-se um produto tão festejado por seus consumidores. Ou seja, como surgiu a música massiva?

Pierre Lévy (1999, p.139), na sua tentativa de análise dos aspectos sonoros presentes no ciberespaço, fez um resgate histórico das características que a música possuía desde sua origem até a sua inserção na sociedade em rede. O autor levanta a hipótese de que o universo musical passou por três fases fundamentais que devem ser ressaltadas para um entendimento mais embasado: a música oral, a música escrita e a música gravada.

A música oral, como já foi explanado aqui, tem sua fundamentação nas sociedades de cultura oral, quando ainda não havia uma preocupação objetiva com o papel criador dos indivíduos. O objetivo mor era tão somente repassar os caracteres da tradição cultural, nesse contexto, a música assemelha-se bastante ao estilo dos místicos andarilhos contadores de histórias da Era Medieval:

Na sociedade de cultura oral, a música é recebida por audição direta, difundida por imitação. A maior parte das melodias não possui autor identificado, pertencendo à tradição. É claro que poetas e músicos são capazes de inventar canções, e até de ganhar em nome próprio concursos ou prêmios. Ainda assim, a figura do grande intérprete, aquele que transmite uma tradição dando-lhe vida nova, é mais disseminada nas culturas orais do que a do grande compositor (LÉVY, 1999, p. 139).



Num posterior momento, ocorre o advento da escrita da música, que o autor denomina de música escrita. Nela é possível visualizar um número maior de sentidos trabalhando em sua difusão: o tato com as letras, o ouvido na audição e a boca na difusão. A escritura de uma determinada partitura consiste na documentação “eterna” da peça. Essa documentação permite, por exemplo, atribuir créditos ao criador e, principalmente, localizar historicamente determinado período musical:

O surgimento de uma tradição escrita reforça a figura do compositor que assina uma partitura e é pretensamente original. Em vez da variação insensível dos gêneros e dos temas, típica da temporalidade oral, a escrita condiciona uma evolução histórica, na qual cada inovação se destaca nitidamente das formas precedentes. Qualquer um pode constatar a característica intrinsecamente histórica da tradição ocidental (LÉVY, 1999, p.140).

No calcanhar da tradição escrita vem o revolucionário (e provavelmente o mais importante) modelo: a gravação, ou seja, a música gravada. Se anteriormente houve uma evolução histórica na possibilidade de documentação pela escrita, a gravação veio para regulamentar e fixar de vez a importância das obras musicais dando a elas uma série de novas características. Lévy (1999) aponta que a música gravada é responsável pela criação da percepção de obra original, que pode corresponder, por exemplo, ao disco gravado em estúdio. É nesse exato momento que a produção musical passa a ter de fato alguns aspectos mercadológicos fundamentais na transformação da música nos moldes atuais (plástico e midiático). “Enfim, alguns gêneros musicais, como o rock ou o jazz, só existem hoje devido a uma verdadeira ‘tradição de gravação’” (LÉVY, 1999, p.140).

A evolução de técnicas e tecnologias que propiciassem uma boa qualidade sonora foi a chave do processo. Thebergé (apud SÁ, 2006, p.05) estende o pensamento propondo três eixos de distintos de desenvolvimento técnico: o eixo das tecnologias eletromagnéticas e de gravação, o eixo do desenvolvimento dos instrumentos musicais e, por último, o eixo dos artefatos de reprodutibilidade e armazenamento musical.

Na atmosfera das tecnologias de gravação, o trio microfone, amplificação e alto falantes correspondem ao centro das experiências estéticas e técnicas nessa área. Os aparelhos comprovaram a fidelidade do que se ouvia. Por exemplo, “o microfone vai permitir uma nova forma de cantar num estilo mais coloquial e sussurrado (*a la* Carmem Miranda)” (SÁ, 2006, p.05). O estilo intimista e pessoal que o microfone



propicia certamente aproxima o artista e o ouvinte, provocando no mesmo um consumo altamente fidelizado.

Já os amplificadores e alto falantes, com sua capacidade de múltiplas equalizações e inserções de vários tipos de efeitos, vão diferenciar os gêneros musicais atribuindo certas características próprias de cada estilo. “O jazz, onde um instrumento como o contra-baixo deve ser ouvido com nitidez e sutileza, ou posteriormente o rock and roll e sua estética da distorção das guitarras amplificadas são altamente dependentes dessas inovações” (SÁ, 2006, p.05).

A possibilidade de gravação (record) dessas evoluções também é de uma importância equivalente. Jannoti Jr. (2005, p. 06) defende que o LP trouxe uma nova acepção musical: “a do álbum como produto fechado, com canções interligadas, duração de cerca de quarenta minutos, com lado A e lado B; além do desenvolvimento de uma estética ligada às capas, etc”. O LP tornou-se o principal ícone do amadurecimento da indústria fonográfica.

A criação de instrumentos musicais de melhor qualidade e com características portáteis também facilitou a transformação da música em matéria prima midiaticizada. Sá (2006, p.08) trabalha pontuando três interessantes momentos. O primeiro deles é a eletrificação da guitarra. A guitarra elétrica⁶ foi um símbolo da contracultura americana refletida no “guitar-man” Jimi Hendrix, ao mesmo tempo em que servia como pano de fundo para gravações de obras que cada vez mais visavam o lucro. Outro viés trata da melhoria na qualidade de captação dos instrumentos percussivos (sobretudo a bateria) através do uso de vários canais no momento das gravações. A bateria, como um instrumento pulsante que determina o andamento das canções, deve necessariamente ter uma boa qualidade sonora a fim de que seu “impacto” seja bastante perceptível. O último ponto trata das intervenções feitas por imigrantes jamaicanos do Bronx através dos *scratches*; foi a primeira vez na história da música que um músico usou uma obra alheia finalizada para criar sua própria canção.

Finalmente, na última das três abordagens levantadas por Thebergé (apud SÁ, 2006, p.05), falaremos dos artefatos de reprodutibilidade e armazenamento musical, que remetem ao conjunto de aparatos responsáveis por propiciar o consumo musical. Do fonógrafo de Edison passando pelos rádios e toca-discos (portáteis ou não) até chegarmos ao CD, todos esses são instrumentos que, enquanto estiveram no centro da

⁶ A guitarra elétrica foi desenvolvida por Leo Fender, “pai” da lendária marca Fender, em 1950.



produtibilidade e armazenamento musical, ajudaram na consolidação da produção em massa de música. Aliás, é nessa categoria que se encontra o tão falado formato mp3⁷.

O uso pujante do mp3 veio com a consolidação da Internet. Nunca como antes, as entranhas da indústria fonográfica ficaram tão expostas aos consumidores, estudiosos e produtores de canções. Na verdade, Castells (2003, p.49) mostra que a rede transformou praticamente todos os padrões empresariais modernos de venda: “Não seria fantasioso dizer que a Internet transformou as empresas do mesmo modo, se não mais, que as empresas transformaram a Internet”.

O forte estilo “sem-lei” da sociedade em rede trouxe a tona umas das principais características da música massiva. O termo “produção, circulação e consumo” foi criado para identificar as etapas na qual a música passou a ser consumida no século XX. A expressão ganhou força sendo bastante usada por pesquisadores da área. Entretanto, o crescimento estrondoso da Internet e a massificação do mp3 fizeram com que muitos teóricos repensassem o termo, que foi aos poucos substituído por “produção, circulação e distribuição”. Muito dessa diferença se deu com uma série de mudanças estruturais nos paradigmas da indústria fonográfica provocadas pelo advento da Internet. As mudanças são tantas que mesmo que o presente trabalho tivesse esse objetivo, não seria possível pontuar todas as rupturas provocadas pela Internet na indústria fonográfica. Mas gostaríamos aqui de frisar uma ruptura fundamental: o surgimento de redes de relacionamento que contribuem para a difusão gratuita de trabalhos musicais, sobretudo o MySpace, por ser praticamente uma rede de relacionamento voltada aos músicos (consolidados e independentes).

2. O *MySpace*

O MySpace⁸ é uma rede de relacionamentos criada em 2003 pelo americano Tom Anderson⁹. Em 2006 tornou-se a rede de relacionamentos mais popular do mundo (no início de 2009 foi ultrapassada pelo Facebook) e atualmente conta com cerca de 110 milhões de usuários¹⁰. O site foi desenhado para ser uma plataforma com as diversas características da cartilha dos sítios de relacionamento: do uso comercial ao simples entretenimento. Preza pela interatividade, com fotos, perfis, vídeos, textos, notícias, comentários, tudo com um forte apelo à personalização e ao gosto de cada usuário.

⁷ Formato digital de uma gravação sonora. Consiste na decodificação de áudio em linguagem binária.

⁸ <http://www.myspace.com>

⁹ Um fato curioso: qualquer pessoa que crie seu perfil no Myspace tem automaticamente o perfil de Tom adicionado.

¹⁰ Dados fornecidos no endereço: <http://www.alexa.com/siteinfo/myspace.com>



Aliás, foi tal personalização que fez com que o MySpace crescesse de forma rápida nos EUA, uma vez que o caráter intimista aproximava os usuários. O fácil manuseio de recursos de personalização, uma novidade no cenário virtual até o momento, provocou o uso indiscriminado do serviço. Logo, alguns sujeitos e empresas viram a possibilidade de lucro com divulgação grátis e ilimitada e passaram a usar o MySpace como outdoor de seus serviços. Primeiramente, atrizes da indústria pornô aderiram com intuito de estreitar os laços com seus fãs. Rapidamente a tendência se espalhou abocanhando personalidades como Madonna, Britney Spears e Kate Perry.

Uma característica se fez de suma importância para a consolidação da imagem do MySpace: a chance de inserção de músicas criando uma espécie de jukebox ao gosto do usuário. A possibilidade de unir as pessoas pelo gosto musical foi decisiva na consolidação do serviço. Como que “justificando” o lado tribal defendido por McLuhan (1996), o MySpace usa nitidamente da ferramenta musical para unir seu seguidores que, apesar do compartilhamento de fotos, textos e vídeos, usam a música como eixo de interações virtuais e até reais. Fato que explica, por exemplo, a maioria de músicos entre as personalidades que aderiram ao serviço.

A ferramenta jukebox caiu como uma luva para os integrantes de bandas de garagem. Era a chance de promover a divulgação de um trabalho de forma gratuita e para o mundo inteiro. Foi aí que surgiu o “music profile” dentro do próprio MySpace. O instantâneo crescimento de perfis musicais forçou a empresa a separá-los em duas esferas com características distintas: perfis para usuários e perfis para músicos.

A maioria esmagadora dos artistas é independente. Eles disponibilizam as faixas de forma totalmente gratuita, apenas com o intuito propagandístico. Os músicos que não tem acesso aos grandes meios de produção musical criam uma espécie de sociedade alternativa para afirmarem os seus valores artísticos e, às vezes, comerciais. Sá e Marchi (2005, p. 58) elucidam a atmosfera alternativa que foi se formando em comunidades virtuais como o MySpace: “Um universo de companheirismo, afeto, suporte emocional e reciprocidade; além de alternativo ao da sociedade capitalista off-line, marcada pela racionalidade econômica”.

Aos poucos, um contexto musical vai ser formando como alternativa ao mundo *mainstream* do consumo massivo da música. O ambiente condiz com a crise da fonografia causada principalmente pelo compartilhamento de arquivos via P2P¹¹. Em

¹¹ Tecnologia de compartilhamento de arquivos onde todos trabalham de forma simultânea como emissores e receptores dos mais variados tipos de arquivos digitais.



2003, o MySpace praticamente leva a banda inglesa de indie-rock Arctic Monkeys do anonimato aos grandes palcos do mundo. Lançando apenas *demos* na rede durante dois anos, a banda conseguiu atrair tantos adeptos virtuais, que seu primeiro cd, somente lançado em 2006, vendeu 363.735 cópias só na primeira semana. Seguindo uma tendência inevitável, os grandes artistas também aderem ao “meu espaço” numa tentativa de se aproximarem cada vez mais de seus fãs.

A ideia de proximidade entre ídolo e fã propicia o aumento da fidelização dos consumidores. Os próprios usuários servem como filtros que repassam informações para outros usuários, para artistas de menor porte e para eixos fora do mundo virtual como amigos e parentes não conectados. O MySpace, então, torna-se um grande filtro do intenso fluxo de criações musicais presente na rede. “Há, certamente, vários tipos de filtros que nos ajudam a navegar na Internet, como agentes inteligentes, sites especializados em apontar para outros que se relacionem com nosso interesse” (SÁ; MARCHI, 2005, p. 57).

Um dos casos nacionais que mostra tamanho poder seletivo é o da cantora Mallu Magalhães. A menina, então com 15 anos, gravou algumas composições próprias de forma caseira e postou em sua página no MySpace. De forma bastante ágil, os próprios usuários se mobilizam diante de um possível fenômeno da música brasileira e logo chamam a atenção da grande mídia para a adolescente que compunha um interessante mix de folk rock, country e MPB.

O caso específico de Mallu merece atenção por abarcar um interessante aspecto do uso dos perfis musicais no MySpace. Mallu usou de uma estética própria pautada numa proposta diferenciada para atrair vários outros usuários. A personalização dos perfis é um dos fatores que mais apelam para a permanência do navegante na rede. A forma como o proprietário do perfil organiza suas fotos, a ordem de importância dos seus contatos (geralmente os primeiros são as principais influências artísticas), a ordem de execução das faixas, a cor do *profile* e, principalmente, a especificação do gênero musical. Em cada perfil musical é possível pontuar até três gêneros dos quais supõe-se que a música faça parte. Toda essa organização pode ser considerada como uma extensão da performance do artista. Janotti Jr. reconhece a importância das performances:

A performance musical é um ato de comunicação que pressupõe uma relação entre intérprete e ouvinte. Mesmo que de maneira virtual, a performance está ligada a um processo comunicacional que pressupõe uma audiência e um determinado ambiente musical. Assim, a performance define um processo de



produção de comunicação direcionando certas experiências frente aos diversos gêneros musicais (JANOTTI, 2006, p. 08).

Em suma, o MySpace trouxe diversas mudanças ao contexto musical moderno, consolidando ainda mais o caráter plástico e midiático da música popular massiva. Mas, vale lembrar que os aspectos abordados até aqui variam bastante de local para local. Veremos agora, através de uma sucinta descrição dos perfis musicais oriundos de artistas teresinenses, que apesar de existir uma essência na tendência fonográfica mundial, em muitos locais ainda não se usa a Internet de forma otimizada.

2.2 MySpace no Piauí

Executando uma busca convencional no MySpace, só é possível encontrar cerca de 400 perfis pessoais de piauienses no site¹². Número pequeno, que ainda diminui quando se enumera somente a quantidade de perfis musicais que constam como resultado da busca. Dentre os perfis pessoais, a maioria deles não foi atualizada a mais de um ano. Os que fazem uso diário do site sustentam o seu perfil mantendo contatos com pessoas de dentro do próprio contexto teresinense: amigos próximos, parentes ou parceiros conjugais. Um outro grupo ainda menor mantém contato efetivamente virtual com pessoas de outros países e outras culturas.

Teresina é uma cidade consideravelmente rica em termos de diversificação musical, fato que pode ser explicado pela hibridez cultural e social ligada à sua origem. É possível identificar claramente, por exemplo, os dois estilos básicos de estratégia de consumo musical. Estamos falando do mundo *mainstream* e do mundo *underground*. No caso específico teresinense, a existência desses dois modos de consumismo musical de forma distinta e segregada pode ser explicada com uma observação sobre a forma como ambos usam (ou não) a Internet e a ferramenta MySpace.

Antes, porém, pontuaremos os conceitos básicos de cada estratégia:

O denominado *mainstream* (que pode ser traduzido como “fluxo principal”) abriga escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido. O repertório necessário para o consumo de produtos *mainstream* está disponível de maneira ampla aos ouvintes e a dimensão plástica da canção apresenta uma variedade definida, em boa medida, pelas indústrias do entretenimento e desse repertório (JANOTTI Jr.; CARDOSO, 2006, p. 8).

¹² A ferramenta de pesquisa não é inteiramente eficiente. É importante considerarmos os perfis que são oriundos de pessoas residentes no Piauí, mas que não são catados pela busca por não apresentarem nos seus perfis seus respectivos locais de origem.



Já a atmosfera underground vem na contramão do estilo *mainstream* de consumo:

O underground, por um outro lado segue um conjunto de princípios de confecção de produto que requer um repertório mais delimitado para o consumo. Os produtos “subterrâneos” possuem uma organização e circulação particulares e se firmam, quase invariavelmente, a partir da negação do seu “outro” (o *mainstream*). Trata-se de um posicionamento valorativo oposicional no qual o positivo corresponde a uma partilha segmentada, que se contrapõe ao amplo consumo. Um produto underground é quase sempre definido como “obra autêntica”, “longe do esquemão”, “produto não comercial” (JANOTTI Jr.; CARDOSO, 2006, p. 9).

Em Teresina, distinguir as duas estratégias de consumo citadas acima é consideravelmente simples. Existe um *mainstream* nitidamente de âmbito nacional que agrega artistas de gêneros considerados populares como forró, axé, sertanejo e pop rock. Nomes como Chiclete com Banana, Cláudia Leitte, Ivete Sangalo, Aviões do Forró, Skank, Vanessa da Mata, entre outros, fazem parte desse celeiro *mainstream* da música brasileira que é tocada e difundida em Teresina. Apesar de alguns desses artistas usarem meios virtuais para divulgar seus trabalhos, a maior parte da disseminação de suas músicas ainda é feita através da execução em rádios populares, do consumo massivo de produtos piratas de baixo custo, das performances para milhares de pessoas e do modismo que ajuda a fixar as “canções do momento”.

Já a esfera underground tem como pano de fundo uma maioria esmagadora de artistas da terra. Alguns são músicos profissionais que já dedicam boa parte da vida ao trabalho autoral e outros são músicos amadores que têm a música como *hobby*, mas em ambos os casos o público é de um número bem mais modesto economicamente e com caráter bem crítico.

São os grupos “subterrâneos” que procuram usar ao máximo a Internet (sobretudo o MySpace) como ferramenta de projeção do trabalho mundo afora, principalmente aqueles artistas que produzem canções de gêneros fora do contexto social, cultural e musical da cidade. Existem bandas, por exemplo, que vão do blues do Clinica Tobias Blues¹³, que tem no currículo apresentações fora do estado e participação em revistas especializadas, passando por reggae de raiz (Fullreggae¹⁴) e chegando ao heavy metal (Anno Zero¹⁵).

¹³ www.myspace.com/clinicatobiasblues

¹⁴ <http://www.myspace.com/fullreggae>

¹⁵ <http://www.myspace.com/annozero>



Essa massa híbrida e multifacetada compõe o cenário underground, comandante quase que por inteiro do uso do MySpace. São cerca de 100 perfis musicais oriundos da cidade de Teresina. Entretanto, mesmo com a enorme abertura que a rede proporciona na divulgação de trabalhos, pouquíssimos artistas procuram ir além da atualização periódica do perfil. Analisando alguns desses perfis de forma individual, é possível perceber algumas tímidas intervenções. Geralmente atualizam-se as datas de shows ou adicionam álbuns de imagens das apresentações mais recentes. O processo mais comum da maioria dos casos ocorre da seguinte forma: um grupo de amigos monta uma banda, compõe, grava de forma modesta, põe no MySpace duas ou três músicas e, pela falta de espaço, abandona o perfil esquecendo de vez as atualizações constantes.

Obviamente, alguns casos de maior perseverança mantêm seus perfis constantemente. A banda de rock regional Validuaté¹⁶, por exemplo, troca experiências com artistas consagrados (Arnaldo Antunes, Seu Jorge, entre outros). Outro exemplo bastante marcante é o da banda Bedtrip Clube¹⁷ (já extinta) que através de um perfil no MySpace e em outras redes virtuais conseguiu fazer alguns shows no sudeste do país em importantes casas de shows alternativas. O ex-líder do grupo, Artur Sousa, explica:

Praticamente tudo o que fizemos até hoje teve início por intermédio da Internet, sem brincadeira. Todos os shows fora do Piauí, os contatos com produtores, outras bandas e artistas e até propostas de selos, foram todos feitos pela Internet antes de se tornarem coisas físicas. Pra que melhor que isso? E sendo a Internet de graça, cara, tudo é vantagem! (SOUSA, 2010).

O grupo Skate Aranha¹⁸ (também já extinto), teve sua arte visual criada por um designer japonês que gostou das canções do grupo através de audição no MySpace. Anteriormente, a dupla Lado 2 Estéreo¹⁹ (igualmente extinta e liderada pelo mentor do Skate Aranha e atual Bode Preto²⁰, Josh S.) fez carreira internacional (sendo destaque no Tim Festival e em festivais holandeses de música experimental, por exemplo), atuando na rede e participando de um perfil musical no MySpace.

Uma das grandes revelações teresinenses nesse sentido é o grupo debutante For Line²¹. Com apenas dois meses de vida, a banda de happy rock já acumula dez mil visualizações no MySpace e conta com todo um aparato de divulgação on-line. José Reis, vocalista, detalha a importância do uso dessas ferramentas:

¹⁶ <http://www.myspace.com/validuate>

¹⁷ <http://www.myspace.com/bedtrip>

¹⁸ <http://www.myspace.com/skatearanha>

¹⁹ <http://www.myspace.com/lado2estereo>

²⁰ <http://www.myspace.com/soturnusskullcrusher>

²¹ <http://www.myspace.com/forlineoficial>



O MySpace é a melhor forma de divulgação para uma banda, por existir uma facilidade de postar músicas, vídeos e fotos. Mas usamos também uma página no Fotolog para deixar os fãs atualizados com fotos e notícias, uma página no Twitter para fazermos divulgação do que está acontecendo naquele momento com a banda, uma conta no Youtube para postar os vídeos dos shows, e uma comunidade no Orkut, onde todos os fãs e curiosos podem encontrar novidades sobre a banda, promoções e manter contato direto (REIS, 2010).

É também com a música eletrônica que o MySpace mostra seu poderio de divulgação. A música eletrônica sempre foi um gênero totalmente atrelado ao desenvolvimento tecnológico virtual. A proposta dos DJ'S sempre pautada no desenvolvimento global como defesa do estilo ciber de vivência ajuda no uso da própria rede como meio difusor da música digital.

A essência da música eletrônica reside na ruptura com os paradigmas hierárquicos comuns nos outros gêneros:

[...] permitindo a descentralização da informação, a ampliação da participação coletiva para além de fronteiras geográficas e autonomia em relação ao eixo central da cultura da música eletrônica no Brasil, representado por São Paulo e outros estados do Sul (SÁ; MARCHI, 2005, p. 26).

A cena eletrônica teresinense é autônoma, muitos artistas piauienses se reciclam tecnicamente e tocam constantemente fora do estado. As festas temáticas eletrônicas em Teresina têm uma grande audiência. É comum que DJ'S de outros países venham tocar em Teresina, fato que além de não estagnar a cena musical também termina por promover um importante intercâmbio de experiências entre os artistas locais e os internacionais. O DJ Sérgio Donato²², por exemplo, já emplacou hits na Rádio Oi e constantemente vai ao sul para se apresentar, tudo por meio de uma carreira permeada pelo uso incessante da Internet como meio de difusão. Em sua página no MySpace, Donato, ao contrário de vários outros exemplos, atualiza com frequência a identidade visual da página, posta textos no blog e o número de comentários por usuários e outros artistas é intenso.

Em suma, quase não há fronteiras para aqueles que desejam fazer uso potencializado da Internet como divulgação. Sandro Sertão (2010), baixista da banda Clínica Tobias Blues, resume: “Com certeza 90% do que conseguimos veio daí. Conseguimos contatos, fomos contactados, recebemos algum destaque em sites, elogios, e isso faz mais gente ver você”.

²² <http://www.myspace.com/sergiodonato>



Críticas e Considerações Finais

Fato é que Teresina ainda engatinha no uso de redes e ferramentas como MySpace para a divulgação dos trabalhos produzidos localmente. Com uma cultura musical tão híbrida e multifacetada é de se espantar que não exista uma preocupação em usar um meio tão rico e tão recente.

A consolidação da Internet, com o óbvio surgimento de redes como o próprio MySpace, provocou (e tende a provocar ainda mais) uma intensa mudança na indústria fonográfica. Entre as veias midiáticas dos produtos artísticos, talvez somente a fotografia tenha passado por uma mutação equivalente. Ainda assim, a música é um meio mais democrático e acessível onde as sensações de uma ruptura desse porte são em maiores proporções.

Como tentamos mostrar aqui, antes de entendermos qualquer transformação na atmosfera sonora contemporânea, é necessário estudarmos o aparato histórico que vem transformando a música no decorrer dos tempos. Nunca como antes, o “fazer musical” e o “consumir musical” estiveram tão misturados quase que numa simbiose. Devido ao intenso fluxo de informações da Era da Informação, que praticamente transformou a sociedade num grande meio de comunicação, aspectos como a criação e o consumo musical estão diretamente ligados a todos desde o nascimento, fazendo parte do meio cultural em que estamos inseridos. Aliás, como já disse Castells (2003 p.33): “A Internet é, acima de tudo, uma criação cultural”.

Usamos o cenário musical teresinense e sua relação com a rede de relacionamentos MySpace como exemplificação de um novo estágio em que se encontra a história cultural da audição. Por isso, achamos de extrema importância executar pesquisas com recortes específicos a fim de compreendermos a abrangência, a intensidade e as contradições que marcam o contexto cultural e de produção musical na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet – reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.



JANOTTI Jr, Jeder; CARDOSO, Jorge. **A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática.** Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos%5CR1409-1.pdf> . Acesso em: 2 de fevereiro de 2010.

JANOTTI Jr, Jeder. **Mídia, música popular massiva e gêneros musicais: a produção de sentido no formato canção a partir de suas condições de produção e reconhecimento.** Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_509.pdf. Acesso em: 2 fevereiro de 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1996.

SÁ, Simone Pereira de; MARCHI, Leonardo de. **Não basta ser DJ. Tem que ser underground!** Porto Alegre: Revista FAMECOS. v. abril de 2005.

SÁ, Simone Pereira. **A música na era de suas tecnologias de reprodução.** Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_534.pdf Acesso em: 02 de fevereiro de 2010.

THERBEGÉ, Paul. **Any sound you can imagine: making music/Consuming technology.** London: Univ. Press of New England, 1997.

Entrevistas

REIS, José. Entrevista cedida a Caio Bruno Silva do Carmo em 03 de abril de 2010.

SERTÃO, Sandro. Entrevista cedida a Caio Bruno Silva do Carmo em 04 de abril de 2010.

SOUSA, Artur. Entrevista cedida a Caio Bruno Silva do Carmo em 02 de abril de 2010.