



Universidade de Brasília

**INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE MÚSICA**

**A VIRTUALIZAÇÃO DA MÚSICA NA CULTURA DJ:
INDISSOCIABILIDADES ENTRE AUTORES E OUVINTES**

RAMIRO GALAS PEDROSA

**Brasília
2013**

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
INSTITUTO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE MÚSICA

**A VIRTUALIZAÇÃO DA MÚSICA NA CULTURA DJ:
INDISSOCIABILIDADES ENTRE AUTORES E OUVINTES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Música em Contexto do Departamento de Música da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Música
Área de concentração: Musicologia

Orientador: Dr.^a Beatriz Magalhães Castro

BRASÍLIA
2013

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade de
Brasília. Acervo 1013687.

P372v Pedrosa, Ramiro Galas.
A virtualização da música na cultura DJ :
indissociabilidades entre autores e ouvintes / Ramiro
Galas Pedrosa. -- 2013.
125 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (mestrado) - Universidade de Brasília,
Instituto de Artes, Departamento De Música, 2013.
Inclui bibliografia.
Orientação: Beatriz Magalhães Castro.

1. Música e Tecnologia. 2. Música por computador.
I. Castro, Beatriz Magalhães. II. Título.

CDU 78:004.42

A VIRTUALIZAÇÃO DA MÚSICA NA CULTURA DJ: INDISSOCIABILIDADES ENTRE AUTORES E OUVINTES

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação Música em Contexto do Departamento de Música da Universidade de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Música. Área de concentração: Musicologia.

BANCA EXAMINADORA

Dr.^a Beatriz Magalhães Castro (Orientadora)
Universidade de Brasília (UnB)

Dr. Antenor Ferreira Correa
Universidade de Brasília (UnB)

Dr. Adeilton Bairral
Universidade de Brasília (UnB)

Dr. Eufrasio Farias Prates
Instituto Federal de Brasília (IFB)

Aprovada em 2 de dezembro de 2013

Eu vou samplear, eu vou te roubar

Gaby Amarantos

Não, definitivamente deem-me alguma coisa para copiar.

Nicolai Gogol, *O Capote*

Is it precisely because we make the widest separation between culture and our new media that we are unable to see the new media as serious culture?

Marshall McLuhan, *Sight, Sound, and Fury*

You can get it from BitTorrent for free whenever you want.

Slavoj Žižek, *De Hegel a Marx... e de volta a Hegel*
(palestra em São Paulo, 08/03/2013)

of course it's pitched up I never play anything at 0 ☺

Stian Gjevik aka EOD. *CMC enviada durante a transmissão de um set*
(Disponível em: <<http://mixlr.com/eod/chat>>. Acesso em: 18 jun. 2013)

DEDICATÓRIA

À família, eterna guia

Aos professores, loucos e doutores

Aos livros, melhores amigos

Aos amigos, para o resto de tudo isso

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que tornaram possível a realização deste trabalho.

À Capes, pelo apoio financeiro à pesquisa. À minha orientadora, Beatriz Magalhães Castro, por acreditar nesta ideia. Aos professores Antenor Correa, pela parceria intelectual e musical, Adeilton Bairral, pela destreza em ensinar como pesquisar; Hugo Ribeiro, pela mente musical aberta. Aos colegas do mestrado, companheiros na empreitada de estudar algo que amamos; fiz amigos e aprendi lições.

À minha família, são pessoas parte de mim. Tércia, companheira; Catarina, a princesa; Pablo, irmão e comparsa; Ana, fonte de calor; Zé, eterno orientador. Todos parceiros na vida real e no mundo das ideias.

Aos amigos, queridos bichos perdidos neste mundo como eu.

Aos DJs interlocutores, por me permitirem pesquisá-los.

À banca, por ter aceito o convite de contribuir com esta pesquisa.

RESUMO

Neste trabalho, investiga-se se o processo de virtualização (Levy, 1996) e a presença constante de inovações tecnológicas nos processos de produção, circulação e consumo da música na cultura DJ levaram à consolidação de um novo paradigma de autor e ouvinte nessa cultura. Por meio da revisão da literatura sobre o tema, da etnografia virtual (Hine, 2000) dos conteúdos gerados pelos 3 DJs interlocutores no ciberespaço e da entrevista semiestruturada com os DJs em seus estúdios caseiros (o local de criação musical), o trabalho observa as ferramentas de criação, os meios de circulação e o consumo da música no ciberespaço, assim delimitando os novos papéis atribuídos a quem produz e consome música nessa cultura musical. Os papéis de autor e ouvinte, consolidados na indústria musical ao longo do século XX, agora estão passando por um momento de transição marcado pela indissociabilidade e integração entre as atividades (outrora bem delimitadas e separadas) dessas duas entidades. Os meios de produção e a própria estrutura musical envolvem novas ferramentas de criação; a circulação é feita por meio da internet; e o consumo se apresenta como um pré-requisito para a criação musical. Os meios de criação na cultura DJ mudaram, mas a ideia de criar algo individual e “com uma cara mais própria” permanece entre os DJs interlocutores.

Palavras-chave: Cultura DJ, virtualização, autores, ouvintes, etnografia virtual

ABSTRACT

This work investigates whether the process of virtualization (Levy, 1996) and the constant presence of technological innovation processes in the production, circulation and consumption of music in DJ culture has led to the consolidation of a new paradigm for authors and listeners in this culture. Through the literature review on the subject, the virtual ethnography (Hine, 2000) of the content generated by tree Djs in cyberspace, and by conducting semi-structured interviews with DJs in their home studios (the place of musical creation), this work observes the creative tools, the means of circulation and consumption of music in cyberspace, thus seeking to define the new roles associated to those who produce and consume music within this musical context. The roles of author and listener, consolidated by the music industry throughout the twentieth century, are now undergoing a time of transition marked by the indissociability and integration of these entities' (previously well-defined and separated) activities. The means of production and the musical structure itself involve new authoring tools; circulation is done through the internet, and consumption is presented as a prerequisite for musical creation. The means of creation in DJ culture have changed, but the idea of creating something individual and “with a unique characteristic” remains among DJ interlocutors.

Key-words: DJ culture, virtualization, author, listener, virtual ethnography

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Propaganda dos anos 1950 de uma das primeiras gravadoras a comercializar discos para o público das pistas de dança (THORNTON, 1996, p. 40).....	30
Figura 2.	Propaganda dos anos 1950: discos para ouvir e para dançar. Pessoas ouvem e dançam a discos.....	31
Figura 3.	Selos virtuais de Brasília: Villar Village, Crunchy Music, Inminimax.....	33
Figura 4.	Alguns toca-discos virtuais: Traktor, Serato, Mixxx, Virtual DJ. As funções dos toca-discos específicos para os DJs são emuladas para as plataformas virtuais.....	34
Figura 5.	Digital Audio Workstation (DAW): ambiente virtual de produção musical – Ableton Live.....	35
Figura 6.	Foto de uma gravação na era acústica: organiza-se os músicos na sala para melhor resultado na gravação (WELCH; BURT, 1994, p. 121).....	60
Figura 7.	Studio 1 na Abbey Road nos anos 1930 (MILLARD, 2005, p. 287).....	61
Figura 8.	No processo de digitalização do tipo PCM, as amplitudes são transformadas em números binários (POHLMANN, 2001, p. 38).....	63
Figura 9.	Foto de um estúdio caseiro: na tela, software DAW Ableton Live.....	67
Figura 10.	Sites de dois selos virtuais de Brasília.....	73
Figura 11.	Esquema dos equipamentos que constituem os estúdios caseiros dos DJs interlocutores.....	86
Figura 12.	Transcrição da faixa <i>Quick sleep</i> do DJ Gabriel Boni. Música a 125 bpm (batimentos por segundo); 209 compassos 4/4; Duração de 6:39 minutos.....	88
Figura 13.	Transcrição da faixa <i>Welcome to Villar Village</i> do DJ Allan Villar. Música a 125 bpm (batimentos por segundo); 209 compassos 4/4; Duração de 6:39 minutos.....	88
Figura 14.	Transcrição da faixa <i>Raver</i> do DJ Komka. Música a 128 bpm (batimentos por segundo); 209 compassos 4/4; Duração de 6:31 minutos.....	89
Figura 15.	Visualização da página de um dos DJs na rede social de música Soundcloud.....	91
Figura 16.	Esquema de circulação da música da cultura DJ. Diferentes caminhos convivem e se complementam.....	98
Figura 17.	O computador, local para as indissociabilidades. Os DJs interlocutores executam as três fases da produção artística simultaneamente, na tela do computador.....	110

SUMÁRIO

Introdução.....	19
Capítulo 1 – Cultura DJ, o que é e como estudá-la.....	23
1.1 O que é cultura DJ?.....	23
1.1.1 Música, tecnologia e diversidade.....	25
1.1.2 O surgimento da cultura DJ: dançando a discos.....	27
1.2 A atual virtualização da cultura DJ.....	31
1.2.1 Selos virtuais.....	33
1.2.2 Toca-discos virtuais.....	34
1.2.3 DAW: ambiente virtual de produção musical.....	35
1.3 Adaptações dos métodos etnográficos para a realização da pesquisa – como estudar a cultura DJ atualmente.....	36
1.3.1 O que é etnografia?.....	37
1.3.2 Etnografia virtual e etnomusicologia de práticas musicais em plataformas virtuais.....	39
1.3.3 O processo da pesquisa de campo.....	41
1.4 Cultura DJ e etnografia virtual – solução conceitual e metodológica.....	42
Capítulo 2 – As relações entre as inovações tecnológicas em música e os novos papéis de autor e ouvinte.....	45
2.1 As inovações tecnológicas em música.....	46
2.1.1 O que é uma inovação tecnológica?.....	46
2.1.2 Inovações tecnológicas em música relacionadas à cultura DJ.....	48
2.1.2.1 Pianola.....	49
2.1.2.2 O caso Moog.....	50
2.2 Meios e música: dinâmicas entre os paradigmas de autor e ouvinte e os meios de circulação.....	52
2.2.1 Autores e ouvintes em diferentes culturas.....	52
2.2.2 Música e Iluminismo: consolidação da entidade/autoridade do autor na cultura ocidental.....	55
2.2.3 Do laboratório ao estúdio caseiro: dos cilindros ao DAW (digital audio workstation – ambiente virtual de produção musical).....	58
2.2.3.1 A era acústica.....	59
2.2.3.2 A era elétrica.....	60
2.2.3.3 A era digital.....	63
2.3 Consumo de música no contexto virtual e no ciberespaço.....	69
2.3.1 Música em formato MP3.....	69
2.3.2 Música nas redes sociais.....	71
2.3.3 Música nos selos virtuais.....	72
2.3.4 O conceito de ouvinte ativo e o consumo no ciberespaço.....	74
2.4 Novas tecnologias, novos autores.....	76

Capítulo 3 – Produção, circulação e consumo da música na cultura DJ em Brasília.....	81
3.1 Novos paradigmas de produção.....	82
3.1.1 A criação musical com materiais previamente gravados (<i>samples</i>).....	83
3.1.1.1 <i>Samples</i> , sim; <i>loops</i> , menos	84
3.1.2 O uso do computador como ferramenta de composição.....	85
3.1.2.1 Entendendo a música da cultura DJ.....	86
3.2 A música da cultura DJ no ciberespaço: novas formas de consumir e circular música.....	90
3.2.1 Soundcloud: interações entre autores e ouvintes.....	90
3.2.2 Os selos virtuais.....	94
3.2.3 Cultura do feedback: mandando promos e recebendo demos.....	98
3.2.4 A internet e a quantidade “enlouquecida” de informação.....	100
3.3 O DJ como um ouvinte ativo.....	103
3.3.1 De ouvinte ativo a consumidor ativo.....	104
3.4 As práticas de produzir, consumir e circular música na cultura DJ.....	105
Considerações finais – A virtualização na cultura DJ: o computador como um espaço para indissociabilidades entre autores e ouvintes.....	107
Referências.....	113
Anexo.....	121
Glossário.....	123

INTRODUÇÃO

Música é algo dinâmico. Muda como mudam os seres humanos. Talvez por isso não seja tão fácil responder, em uma frase simples e curta, o que é música. Edgard Varèse (2004, p. 17), na primeira metade do século XX, a definiu como “som organizado” (*organized sound*). Mais tarde, John Blacking (1974, p. 3) responde a essa pergunta com a frase “sons humanamente organizados” (*humanly organized sound*). Logo, música é algo mais que a música em si, ela é “organizada”. Ela é o que está dentro dela e o que está fora, como afirma Nicholas Cook (2013). Música define identidades, pensamentos, comportamentos cotidianos, fazem parte da nossa rotina e interagem com ela (DENORA, 2006, p. 141). Logo, música organiza seres humanos. Ela lhes dá papéis.

O que seria, então, atualmente, produzir e consumir música? Mais ainda, o que seria produzir e consumir música no contexto da atual cultura DJ, altamente permeado pelas tecnologias virtuais? Essa é a pergunta que move este trabalho. Sendo um participante dessa cultura DJ – detalhadamente definida nas páginas seguintes – as novas possibilidades de criar e de se consumir música, esses “sons humanamente organizados”, destacaram-se.

Nesta pesquisa, parte-se do pressuposto de que

Atualmente, no início do século XXI, não apenas a sonoridade da música está novamente em transformação, mas também todo o seu modo de produção, dessa vez incentivado e com a ajuda da internet e das tecnologias digitais (TOYNBEE, 2006, p. 265, trad. minha)¹.

Os DJs fazem música com pouco ou nenhum domínio técnico de performance e teorias musicais da academia. Computadores são os meios de produção, circulação e consumo da música dessa cultura. Um mundo em uma tela, mas também fora dela. Como destaca Paul

¹ Do original: “Now, in the early twenty-first century, not only the sound of music but its mode of distribution are undergoing transformations once again, this time aided and abetted by the Internet and the digital technology”.

Théberge (1997), o local de produção musical tornou-se doméstico, caseiro. Discos são feitos em casa, usando as mais variadas e avançadas tecnologias disponíveis.

Em meio a parafernália de cabos e botões, DJs fazem músicas reaproveitando antigas gravações, sequenciando batidas eletrônicas e timbres de sintetizadores, tudo finalizado em computadores. A música circula basicamente pelo ciberespaço, pela rede, que, conforme Lévy (1999, p. 17), é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não só a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga. No ciberespaço estão os sites de compartilhamento de arquivo, as lojas virtuais, os recentes selos virtuais e as redes sociais de música. Os perfis nessas redes sociais são o meio pelo qual os ouvintes interagem e conhecem mais sobre o produtor daqueles sons e sobre outras pessoas que compartilham, ou discordam, em gosto musical.

Esses sons podem ser *loops*², *tracks*³, *lives*⁴, *dj sets*⁵, *bootlegs*⁶, *remixes*⁷, *playlists*⁸, etc. Todas essas modalidades envolvem as práticas de coletar e reutilizar sons previamente gravados, computadores como a interface de finalização do material musical e a internet como meio básico de circulação. Os ouvintes agora executam suas músicas nos computadores ou em suas mídias em branco⁹, ouvindo-os, colecionando-os, organizando-os, pesquisando-os, compartilhando-os e, muitas vezes, também fazendo suas próprias *tracks*, *lives*, *dj sets*, *bootlegs*, *loops*, *remixes*, *playlists*, etc. A fronteira entre quem produz e quem consome fica nublada.

² Denominação para pequenos trechos, geralmente variando de 1 a 8 compassos, sequenciados, organizados em função do tempo. Esses podem ser de percussões, *riffs*, melodias, etc. Geralmente são usados repetidamente e servem como base para uma nova criação musical.

³ Nome geralmente usado pelos DJs para designar uma faixa musical.

⁴ Gravações de apresentações que envolvem a criação musical em tempo real.

⁵ Gravação de uma performance feita pelo DJ, com base na seleção musical de diversos autores, podendo incluir ele mesmo.

⁶ Gravações de áudio ou vídeo do trabalho de um artista ou banda musical, podendo ser de um concerto, de uma transmissão via rádio/televisão, entrevistas e materiais inéditos, passagens de som, ensaios, etc.

⁷ Nome dado para uma música modificada por outra pessoa ou pelo próprio produtor.

⁸ Termo inglês utilizado para se referir a uma determinada lista de músicas.

⁹ *Blank media*: suportes como discos-rígidos, tocadores de MP3 e CDs e DVDs virgens. Vêm vazios e são comercializados com a intenção de que o usuário os preencha.

A música desmaterializou-se em um universo de *bits* e *bytes*¹⁰, não está mais em um suporte físico, duro, fechado, como antes eram os discos ou as fitas magnéticas. Do caminho percorrido pelas suas mídias, da partitura aos discos, a música agora é um conglomerados de zeros e uns, inscritos nos discos rígidos.

[...] os formatos digitais de áudio e sua manipulação em computadores refletem a contínua desmaterialização da música (talvez o termo melhor seja “micromaterialização”, já que o MP3 [por exemplo] permanece no silício [dos discos-rígidos] (STERNE, 2012, p. 194, trad. minha).

Assim, ao observar as práticas musicais de três DJs de Brasília-DF, este trabalho tenta delimitar até que ponto um novo paradigma de autor e de ouvinte, que inclui novas práticas para ambos os personagens, está se consolidando no contexto virtual da cultura DJ. Que novos papéis surgem para cada uma dessas entidades e que indissociabilidades agora os conectam de uma forma diferente, se comparadas àquelas consolidadas na indústria musical ao logo do século XX?

Em busca dessas respostas, no capítulo 1, “Cultura DJ: o que é e como estudá-la”, delimita-se o campo da cultura DJ no contexto das práticas musicais mediadas pelas tecnologias virtuais, definindo-a e elencando as ferramentas metodológicas para o seu estudo. Por meio da revisão de literatura sobre as práticas musicais que envolvem os DJs, faz-se uma introdução e uma contextualização histórica até o atual estágio da virtualização da circulação, da produção e do consumo da música nessa cultura musical. Explicita-se, então, sobre as adaptações dos métodos etnográficos para a realização da pesquisa, destacando quem serão os interlocutores e como serão observados. Trata-se da definição tanto do objeto de pesquisa quanto das ferramentas metodológicas.

No capítulo 2, investiga-se “As relações entre as inovações tecnológicas em música e os novos papéis de autor e ouvinte”. Observa-se as influências das inovações tecnológicas em música – da notação aos aplicativos virtuais –, as suas construções sociais e as relações de produção, circulação e consumo com a fixação dos paradigmas de autor e

¹⁰ No processo de digitalização de áudio, geralmente faz-se amostras 44.100 vezes por segundo de um som e atribui-se, a cada amostra, um número binário (MUMMA; RYE; KERNFELD, 2012).

ouvinte nas práticas musicais ocidentais, chegando ao ponto em que essas práticas tornaram-se mediadas basicamente pelo computador e pelo ciberespaço.

No capítulo 3, tem-se o texto resultado da observação etnográfica no ciberespaço e das entrevistas semiestruturadas com os DJs interlocutores. Nele, os depoimentos, os textos presentes no ciberespaço e as ideias articuladas pelos DJs interlocutores em entrevista em seus estúdios caseiros são relacionadas à literatura, revisada no intuito de observar as diferentes práticas de produção e consumo de música na cultura DJ.

Na “Conclusão”, está uma análise transversal do que foi discutido em cada capítulo, que delimita se há novos papéis de autor e ouvinte em cada uma dessas funções do ciclo de fluência de produtos culturais: a produção, a circulação e o consumo.

CAPÍTULO 1 – CULTURA DJ, O QUE É E COMO ESTUDÁ-LA

1.1 O que é cultura DJ?

Cultura DJ (*DJ Culture*) refere-se às práticas musicais cujo centro é o DJ (disc-jokey). Este termo passou a ser utilizado no início dos anos 1950 para descrever apresentadores de rádio que tocavam e faziam a seleção dos *hits* populares do dia para a transmissão (BUCKLEY, 2012). Atualmente, trata-se de

um performer em clubes que cria música contínua para dançar por meio da manipulação, misturando e unindo trilhas pré-gravadas. O DJ veio à tona nos EUA no final de 1970 e início dos anos 80, [...] quando dois toca-discos e uma mesa de som foram usadas para criar uma combinação perfeita de batidas, *riffs* e ganchos como pano de fundo para os primeiros *rappers* [...] (PEEL, 2012, trad. minha).

Esse personagem evoluiu do seu papel de mero seletor de faixas nas rádios nos anos 1950 para se tornar vital nesse contexto (SHUNKER, 2005, p. 84) musical possibilitado pela cultura da gravação. Contexto no qual “o som circula como uma rede deslocada do seu tempo, local e autoria específica” (COX; WARNER, 2004, p. 329). O termo cultura DJ surge em meados dos anos 1990 para descrever

[...] uma nova modalidade de história e memória auditiva. Não mais uma figura linear contínua que pode ser recuperada em sua totalidade, a história musical torna-se uma rede de segmentos móveis disponíveis a qualquer momento para inscrição e reinscrição em nova linhas, textos, misturas. Resumindo, a história musical não é mais um rolo analógico, mas sim digital de acesso randômico (COX; WARNER, 2004, p. 330, trad. minha)¹¹.

¹¹ Do original: “*DJ Culture* also describes a new modality of audio history and memory. No longer a figure of linear continuity that, ideally, could be recalled in its totality, musical history becomes a network of

Na visão de Paul D. Miller (2008, p. 13) – DJ, produtor e também pensador dessa cultura – esta aparece como um resultado do processo de gravação das práticas musicais do Ocidente. Esse processo, conforme Adorno (1983), tornou a experiência musical cada vez mais uma “experiência do gravado”, gerando um processo em que “a produção musical avançada se independentizou do consumo” (1983, p. 170). O desenvolvimento da indústria da gravação coloca os indivíduos diante de um universo infinito de sons em formato de fonogramas¹², que, transformados em mercadoria, circulam dentro do sistema econômico de troca e venda.

Entretanto, simultaneamente, esse processo delineou o papel que, futuramente, o DJ assumiria. Os ouvintes passaram a dispor de pouco tempo para assimilar o grande universo musical de gravações que o rodeiam e com o qual entram em contato. Afinal, “[...] as vias de comunicação modernas e a tecnologia de reprodução sonora tornaram o pluralismo musical parte da vida cotidiana” (COOK, 2013, p. 14). Logo, a figura do DJ torna-se coerente, no sentido de assumir uma atitude de pesquisa, seleção e adaptação do infinito repertório de gravações para um determinado fim: essas são as atividades básicas de um DJ.

Com a consolidação da indústria fonográfica do século XX, a apreciação musical também sofreu mudanças. Diversos novos comportamentos de ouvintes foram ora incentivadas, ora reprimidas, pelo rico mercado da comercialização e mercantilização de gravações (MILLARD, 2005). O ato de apreciar e ouvir DJs também é um deles. Em um contexto saturado de informações, o trabalho de montar, por exemplo, uma boa lista de música (*playlist*) e uma coerente seleção musical tem uma demanda crescente.

Miller (2008, p. 13) refere-se especificamente à “cultura DJ” (*DJ culture*) como um termo que abarca essas manifestações musicais que nascem do impulso de coletar e compartilhar arquivos de música em diferentes formatos. Trata-se de um impulso arquivístico que vê as diversas manifestações musicais gravadas ou passíveis de gravação como informação. Ou seja, matéria-prima para outras criações musicais, marcadas pela

mobile segments available at any moment for inscription and reinscription into new lines, texts, mixes. In short, musical history is no longer an analog scroll but digital and random access.”

¹² Registro exclusivamente sonoro em suporte material e, no caso deste estudo, também virtual, como disco, fita magnética ou um álbum em MP3.

criação de algo novo e inusitado com aquilo que se tem. Conforme exclama o autor, “dê-me dois discos e eu te faço um universo”¹³. Essa é uma cultura da arte da apropriação, que passa a atribuir novos significados para a busca incessante por sons. É o constante recontextualizar dos sons do mundo. É olhar o mundo de manifestações musicais passíveis de gravação com o intuito de lê-lo, e, ao lê-lo, também mixá-lo.¹⁴

1.1.1 Música, tecnologia e diversidade

Neste trabalho, utiliza-se o termo cultura DJ com o objetivo de abarcar, além das manifestações musicais relativas à música eletrônica de pista (MEP) – já pesquisada anteriormente em trabalhos de Ferreira (2008a), Vazquez (2011), Langois (1992), Thornton (1996) –, os seus diversos desdobramentos. Nesse sentido, é necessário destacar sua pluralidade. Como prática musical possibilitada pelas inovações tecnológicas da época e consequência desse percurso histórico do uso das gravações e de suas tecnologias, essa cultura evoluiu em um mosaico de estilos (gêneros e subgêneros), diferentes tipos de festas, sons, vestimentas, vocabulários, etc. Há uma gama de práticas e atitudes em relação à música: DJs especializados house, techno, trance, outros em jazz, gospel, música brasileira, DJs emigrantes que levam consigo um pouco da sua música local para o seu novo país. Há ouvintes que parecem se confundir com DJs amadores.

Andrew Hugill (2008), no livro que trata dos diferentes tipos de músicos que surgiram a partir do uso das tecnologias, que ele conceitua como “músico digital”, compila alguns dos gêneros e subgêneros de MEP.

¹³ Do original: “Gimme two records and I’ll make you a universe” (MILLER, 2004, p. 348).

¹⁴ Do original: “a good read is the equivalent of a good mix” (MILLER, 2008).

Quadro 1. Diversidade de gêneros da música eletrônica de pista. Fonte: Hugill (2008, p. 160-161).

House Chicago house 2Step Acid house Deep house Euro dance Ghetto house Freestyle house Hip house Pumpin house Italo house	Minimal house Garage Hard house French house Tribal house Tech house Disco Italo disco Spacesynth	Jungle/Drum n bass Dark house Ragga Drill n bass Jump-up Liquid funk Neuro funk Techstep Clownstep	Techno Acid techno Detroit Techno Electroclash Freetekno Ghettotech Minimal Techno Nortec Rave music Schranz UK (Euro) Techno	Trance Psy trance/ Goa trance Acid trance Vocal trance Minimalist trance NU-NRG Progressive trance
Ambient Dark ambient Illbient New Age Psybient Ambient Dub Ambient Goa Ambient house Lowercase (music)	Breakbeat Electro Big beat Breaks Miami bass Brokenbeat Cut and paste Florida breaks Nu skool breaks Turntablism Grime	Downtempo/IDM Balearic Beat Bleep Electroclash Electro pop Laptronica Bitpop Chiptune Minimal electronica Acid Jazz Nu jazz Trip hop	Hardcore 4-beat Bouncy techno Brerakbeat hardcore Breackcore Digital hardcore Hardcore trance Hardstyle New beat Nu style gabber Speed core Terrorcore	Industrial EBM Noise music Old-school EBM Future-pop Powernoise

Dessa forma, o termo cultura DJ neste trabalho apresenta-se como uma solução conceitual para lidar com a diversidade de gêneros e subgêneros que surgiram com as invocações tecnologias relacionadas também à música eletrônica de pista e para tratar do contexto cultural que envolve não apenas os artistas e os mais novos gêneros emergentes, mas sim as diversas maneiras e hábitos do ouvinte atual, as novas estratégias de vendas e as relações estabelecidas entre os ouvintes e os selos virtuais¹⁵ (GALAS, 2012a). Afinal, pesquisa-se aqui de que maneira essa cultura tem causado uma indefinição das até então claras fronteiras entre autor e ouvinte; e os novos papéis que envolvem o tripé produção, circulação e consumo da música em formato virtual na cultura DJ.

Logo, para entender e estudar essa cultura, faz-se necessário uma revisão da literatura, com o intuito de delinear os contextos históricos do surgimento das práticas musicais dessa cultura até sua condição atual – relevante aos objetivos da pesquisa –, permeada

¹⁵ Também chamados de selos digitais (*digital labels*), geralmente de caráter comercial, ou *netlabels*, quando não necessariamente vendem fonogramas virtuais, apenas os distribuem e disponibilizam na rede.

pela virtualidade. A partir daí, elenca-se quais ferramentas metodológicas coerentes para a realização desta pesquisa.

1.1.2 O surgimento da cultura DJ: dançando a discos

Mas afinal, o que é um DJ? Simon Reynolds (2012, p. 460), pesquisador-participante dessa cultura, no capítulo “*In the Mix: Dj culture and Remixology*”, define:

Alguém que toca gravações de outras pessoas – para ganhar a vida, por amor, idealmente pelos dois. A maioria dos DJs, em casamentos, festas, bares, clubs de rock, discotecas – “tocam” discos no sentido rudimentar da palavra: os colocam em um toca-discos um depois do outro. Mas no *hip hop* e no *house*, e em todos os híbridos dessas duas manifestações musicais ligadas às culturas afro-norte-americanas, oriundos tanto das *raves*¹⁶ como dos clubes, DJs tocam de uma maneira diferente – uma maneira mais similar ao tocar de um instrumento, ou tocar uma substância plástica e mutável. Nesse caso, tocar adquire ainda mais um significado de (re)criação, e o DJ passa a ser considerado um artista (trad. minha).¹⁷

Conforme o autor, a ascensão do DJ (a maioria do sexo masculino)¹⁸, em meados dos anos 1970, foi embalado pelas novas tecnologias: a invenção do vinil 12’ (disco de longa duração) e a entrada no mercado de toca-discos especialmente fabricados para a atividade do DJ. As versões estendidas das músicas existentes nesses tipos de fonogramas

¹⁶ Rave é um tipo de festa que acontece em sítios (longe dos centros urbanos) ou galpões, com música eletrônica.

¹⁷ Original: “*Someone who plays other people’s records – for a living, for love, ideally for both. The majority of DJs – at weddings, parties, bars, rock clubs, discotheques – ‘play’ records in the rudimentary sense of the word: slap them on the turntable one after the other. But in hip hop and house, and in all the rave and club-based hybrids of those two black American musics, the DJ plays records in a different sense – one that’s closer to playing an instrument, or playing with a plastic mutable substance. As this elements of ‘play’ got ever more re-creative, the DJ came to be considered an artist.*”

¹⁸ Outras pesquisas indicam as complexas relações de gênero na cultura DJ. Conforme Reynolds (2012, p. 463-464), “a cultura DJ permanece distintamente masculina. O número de mulheres nas pistas de dança não é proporcional ao número de mulheres que são DJs” (trad. minha). “*The connection between men and sound recording has drawn further strength from broader and longstanding stereotypes about male technological mastery and female technological anxiety. In Cynthia Cockburn’s striking characterization, ‘femininity is incompatible with technological competence; to feel technically competent is to feel manly.’ Another consequence is that little support or training is available to young women who want to pursue technical interests, whether engineering or turntablism*” (KATZ, 2006, p. 584-585).

ofereciam várias partes instrumentais, com destaques percussivos (os *breaks*), que serviam para ser ponto de interseção para a entrada de outra música, sobreposta à inicial. Os toca-discos especiais para DJs incluíam ajuste de andamento (*pitch*), facilitando a sincronização de duas faixas; e o *back-cueing*, que ajuda a localizar o ponto preciso de referência para sincronização, determinando onde seria o ponto para o ataque da música durante o processo de mixagem.

Sarah Thornton (1996), no livro *Club Cultures*, explica como houve o processo de “relocação da aura” da obra de arte, no caso a música, para que então gravações passassem a ser utilizadas com o intuito de dançar e a serem consideradas como matéria-prima para criação artística e musical. Está envolvida na emergência da cultura DJ as próprias consequências da adoção da gravação como meio padrão de circulação musical.

Para Walter Benjamin (1983, p. 8-12), o processo de reprodutibilidade das obras de arte e sua transformação em indústria, mediada pelos meios técnicos de reprodução, suspendeu momentaneamente o atributo da “aura” das obras de arte. A ausência da aura instaura na reprodução técnica de um trabalho artístico a falta de autenticidade, a suspensão do seu caráter ritualístico, transformando-o em objeto massificado. No entanto, a suspensão do seu *hic et nunc* veio paradoxalmente acompanhada da ampliação de seu alcance. A obra de arte, desprendida do seu formato original, atinge um público bem maior, causando uma aproximação entre a obra e seus espectadores ou ouvintes.

Assim, com a emancipação da obra de arte de seu caráter ritualístico, a música e o som gravado foram no passado relacionados a metáforas da morte. A gravação sonora, nos seus primeiros anos, poderia trazer a tona a voz dos mortos e era responsável pela “morte” do som como fenômeno presencial e único.

Como é bem conhecido, a conexão da tecnologia fonográfica com tropos da morte decorre de seu início. Preservação das vozes dos mortos, foi previsto, seria uma de suas funções principais. Os editores da *Scientific American* em 1877 pronunciaram “Edison como o único homem vivo capaz de elevar as vozes dos mortos”. “Ao reproduzir um velho cilindro”, escreve Friedrich Kittler, “é um cadáver que fala”, uma sensação cuja estranheza devemos fazer todo o esforço para reconstituir, de como o compositor fictício do conto de Maurice Renard de 1907 –

uma história reproduzida por Kittler – que coloca: “Como é terrível ouvir esta garganta de cobre e seus sons de além-túmulo!” (MIDDLETON, 2006)¹⁹.

No entanto, é interessante observar que, décadas depois, o som gravado tornou-se o padrão de circulação, passando inclusive a ser considerado a música em si mesmo. Sarah Thornton (1996) descreve esse processo como sendo uma “enculturação dos discos” (*enculturation of records*), no qual há uma relocação da aura da música. Do momento efêmero da própria performance e execução da música, a aura é relocada para as gravações, e os discos tornam-se autênticos em si mesmos. Discos *white label*²⁰ são exemplos de como outras subjetividades são criadas em torno daquela mídia que previamente apenas servia de uma substituição imperfeita da realidade. As gravações, ao serem manipuladas, passam a adquirir uma nova aura. Um novo *status* de autenticidade é, então, adquirido.

Como consequência desse processo, as performances necessitaram ser chamadas de “ao vivo”, enquanto as gravações “são” as próprias músicas. Concertos passaram a imitar o máximo possível aquilo que os músicos e o produtor musical conseguiram alcançar no estúdio musical. Logo, pela sua comodidade e sons precisos, que não necessitam de uma banda nem grandes equipamentos sonoros, dançar ao som de discos foi se tornando uma prática, que analisa-se como consolidada ao passo que discos especialmente feitos para execução em pistas de dança começaram a ser comercializados já nos anos 1950 (veja Figura 1) (THORNTON, 1996).

¹⁹ Do original: “As is well known, the connection of phonograph technology with tropes of death stems from its very beginnings. Preservation of the voices of the dead, it was envisaged, would be one of its principal functions. The editors of the *Scientific American* in 1877 ‘pronounced Edison the only man alive capable of raising the voices of the dead’. ‘Upon replaying the old cylinder,’ writes Friedrich Kittler, ‘... it is a corpse that speaks.’ – a sensation whose uncanniness we should make every effort to reconstitute, for as the fictitious composer who features in Maurice Renard’s short story of 1907 – a story reproduced by Kittler – puts it: ‘How terrible it is to hear this copper throat and its sounds from beyond the grave!’”

²⁰ Cópias promocionais de discos que, antes de registrados e liberados para o público, antes mesmo da arte oficial ser desenhada ou impressa, eram enviadas para DJs testarem em discotecas, em um esforço para construir o *hype* e avaliar o interesse do público, finalmente. Isso criou uma situação em que certos DJs conceituados ou bem relacionados teriam exemplares exclusivos de material, o que atribuía uma nova aura para o vinil (THORNTON, 1996).



Figura 1. Propaganda dos anos 1950 de uma das primeiras gravadoras a comercializar discos para o público das pistas de dança. A propaganda destaca a não obrigação com direitos autorais envolvidos na execução pública de discos e a sua facilidade prática. Fonte: Thornton (1996, p. 40).

Como vê-se na Figura 2 a seguir, dançar a discos já era uma prática consolidada nos anos 1950. Tratava-se de mais uma utilidade atrelada às gravações e agregava valor ao objeto comercializado pelas gravadoras: o disco. Conforme a autora, ao descrever a evolução dessa cultura na Inglaterra, já nos anos 1960, a *discoteque*²¹ tornou dançar a discos uma moda, inicialmente reclusa aos intervalos entre bandas. Foi nessa época que iniciaram também as novas ambientações dos espaços. Nos anos 1970, a maioria dos entretenimentos noturnos eram para dançar a discos, em alguns casos as bandas tocavam entre os *sets* de disco. Nos anos 1980, DJs e os seus discos já eram as atrações principais do fim de semana e, ainda nessa década, DJs começam também a “compor”. É o tempo em que DJs viram produtores; à atividade do DJs é agregada a prática de criação e composição.

²¹ Termo do francês comumente usado para referir-se aos lugares espacialmente e sonoramente preparados para entreter uma plateia dançante por meio da execução/reprodução de discos.



Figura 2. Propaganda dos anos 1950: discos para ouvir e para dançar. Pessoas ouvem e dançam a discos. A composição da imagem destaca as pernas que dançam, e as imagens nas capas dos discos no chão também fazem referência à dança. Fonte: <<http://www.fotolog.com.br/combinadodelicor/73094420/>>.

Além do *status* de artista conquistado – tanto pelo seu papel de atração como pelas ferramentas técnicas e estéticas que se desenvolveram exclusivamente para o seu trabalho – DJs agora lançam mão de outros equipamentos, como sequenciadores²², sintetizadores²³, *samplers*²⁴ e da linguagem MIDI²⁵, para criar suas próprias músicas. Uma indústria se consolida. DJs fazem suas performances, produzem suas músicas. Gerenciar locais noturnos para as festas torna-se uma atividade comercial lucrativa.

1.2 A atual virtualização da cultura DJ

Para Pierre Lévy, na obra *O que é virtual?*, pode-se entender a virtualização não como uma *desrealização*, mas uma mutação da identidade, um deslocamento do centro de

²² Equipamento que permite a organização de sons gravados em função do tempo.

²³ Equipamento capaz de sintetizar elementos sonoros a partir de sinais elétricos digitais.

²⁴ Equipamento que não produz som próprio. Nele coloca-se outros sons gravados para serem manipulados.

²⁵ MIDI: Musical Instrument Digital Interface. Um protocolo padrão que conecta instrumentos digitais, transmitindo informações musicais (como timbre, altura, duração, etc.) de um instrumento eletrônico a outro. Foi padronizada em 1983.

gravidade ontológico do objeto considerado, e dá o exemplo da virtualização de, por exemplo, uma empresa.

O centro de gravidade da organização não é mais um conjunto de departamentos, de postos de trabalho e de livros de ponto, mas um processo de coordenação que redistribui sempre diferentemente as coordenadas espaço-temporais da coletividade de trabalho e de cada um de seus membros em função de diversas exigências (LÉVY, 1996). Há, nesse sentido, um desprendimento do aqui e do agora em função da condição fluídica da informação em formato digital que circula pelo ciberespaço.

Atualmente, a cultura DJ está permeada pela virtualidade: produção, circulação e consumo acontecem basicamente pela via virtual, conforme indica a literatura (LÉVY, 1999; PERPETUO; SILVEIRA, 2009; MILLER, 2008; COX; WARNER, 2004; HUGILL, 2008). Isso significa que a música dessa cultura não circula em nenhum meio físico.

As fases do ciclo de produção de obras artísticas, conforme Canclini (1980) e Candido (2006), podem ser resumidas pelo tripé: produção, circulação e consumo. No caso da cultura DJ, esses três momentos acontecem virtualmente, dentro do computador. A música dos produtores e DJs é composta e finalizada em seus computadores em seus estúdios caseiros. Antes mesmo do lançamento efetivo de um fonograma, alguns disponibilizam trechos ou a faixa inteira, por exemplo, na rede social SoundCloud²⁶ para ter um retorno do público antes de finalizar a faixa para comercialização ou distribuição (que feita pelas selos virtuais e chegam ao público-alvo em sites de venda de música *online*).

Para Jonathan Sterne (2006), há uma verdadeira desmaterialização das nossas músicas, que antes circulavam como objetos físicos, agora passam ser um conglomerado de *bits*, e toda nossa biblioteca musical hoje vive no silício de nossas máquinas. As antigas estantes com discos e fitas são substituídas pelos tocadores de MP3 e discos-rígidos.

Observa-se agora os meios pelos quais as novas formas de circulação, produção e consumo acontecem no contexto virtualizado dessa cultura.

²⁶ Disponível em: <www.soundcloud.com>. Acesso em: 23 mar. 2013.

1.2.1 Selos virtuais

A gravadora, ou seja, aquilo que coordena a circulação da produção musical desse contexto, é virtual. Não possui uma sede fixa com empregados e papéis. Não imprime nem comercializa cópias em CD ou vinis dos seus lançamentos. O escoamento daquilo que é produzido acontece via “serviços de *download* de música”, companhias que vendem os arquivos de áudio para os consumidores finais em um sistema de pague-por-download ou por gerenciamento de contas e licenças, como os sites iTunes, Rhapsody, Music Match e Napster (AZENHA, 2006). No caso dos DJs, os sites mais usados são Beatport, Juno Downloads, DJdownloads, DJtunes, etc.

Os selos virtuais são gravadoras que operam sem boa parte da mão de obra e equipamentos antes essenciais para produção musical. São gerenciados pelo próprio DJ e servem tanto como meio de divulgação e venda da própria música feita pelo DJ proprietário do selo como para outros DJs e produtores de música: há a criação de redes de artistas com afinidades musicais.

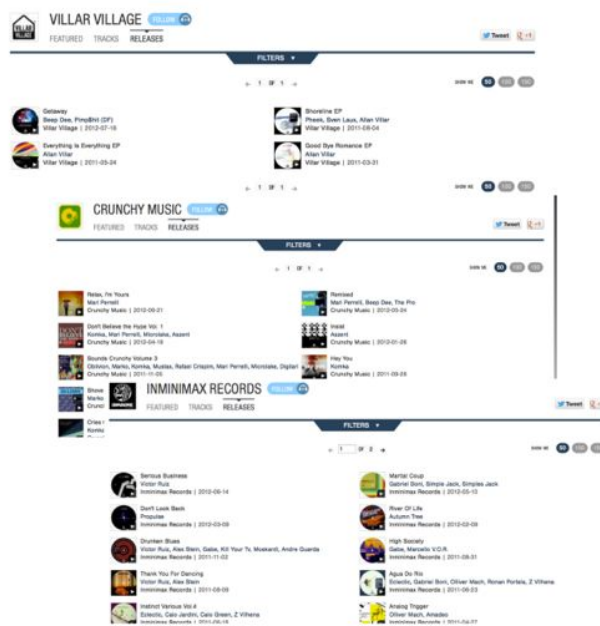


Figura 3. Selos virtuais de Brasília: Villar Village, Crunchy Music, Inminimax. Página dos selos numa das principais lojas virtuais, o Beatport. Fonte: montagem com as páginas dos selos virtuais no Beatport.

1.2.2 Toca-discos virtuais

Os consumidores, alguns também DJs, ao comprar essas músicas, não fazem cópias físicas em CDs, por exemplo. Eles as mantêm em seus discos-rígidos ou tocadores de MP3. Se for um DJ, toca a faixa utilizando *softwares* virtuais, como Traktor, Serato, Virtual DJ, Torq, etc., que simulam a interface padrão de apresentação dos DJs, os toca-discos.



Figura 4. Alguns toca-discos virtuais: Traktor, Serato, Mixxx, Virtual DJ. As funções dos toca-discos específicos para os DJs são emuladas para as plataformas virtuais. Nas festas, DJs usam *laptops*, e não mais vinis. Fonte: montagem com imagens dos toca-discos virtuais.

Ao lidar agora com as tecnologias virtuais de criação musical, DJs mudaram seus hábitos: a grande coleção de fonogramas físicos, sejam eles discos de vinil, CDs, fitas, agora são substituídos pela biblioteca virtual dentro do *laptop*. Os DJs, ao se apresentarem, levam seus computadores e seus discos-rígidos. A performance é feita por meio do computador.

Como Thornton (1996) e Langois (1992) destacam, o DJ agora não é apenas aquele que executa publicamente discos. O trabalho do DJ mudou bastante desde o final da Segunda Guerra Mundial. Eles começaram a adquirir habilidades específicas ao passo que a indústria foi fomentando essa atividade com o desenvolvimento de ferramentas tanto para a mixagem – uso de toca-discos (virtuais ou físicos) – como para produção: prática na qual o DJ compõe e faz sua própria música, geralmente versões/remixes, criadas a base de sons previamente fabricados especificamente para esse fim ou coletados de outras gravações.

Afinal, conforme Théberge (1997), no contexto da produção musical mediada pelas tecnologias de (re)produção, fazer música é consumir tecnologia. Isso porque o mercado tornou-se amplo o bastante para, além de suprir esses novos músicos com os instrumentos eletrônicos, criar mecanismos que mantenham o produtor de música um eterno consumidor das suas tecnologias, sejam elas em formas de *presets*²⁷, periféricos que expandem o instrumento original, *samples*, ritmos pré-fabricados, revistas (*gears*) e constantes atualizações²⁸. Dessa forma, para o DJ, foi preciso estar atento às novas e antigas ferramentas disponíveis, no intuito de manter o trabalho de criação renovado e atualizado.

1.2.3 DAW: ambiente virtual de produção musical

Um exemplo disso é o grande número de DAWs (*digital audio workstation*) disponíveis no mercado. Esse é o ambiente no qual os DJs constroem suas próprias composições.



Figura 5. *Digital Audio Workstation (DAW): ambiente virtual de produção musical – Ableton Live.* A interface do programa possibilita ao usuário boa parte das ferramentas de produção musical. Fonte: imagem feita da visualização do *software* Ableton Live.

²⁷ *Presets*: Ajustes pré-programados de instrumentos musicais eletrônicos como sintetizadores, baterias eletrônicas e efeitos.

²⁸ O autor também chama atenção para o processo inverso, no qual é agregado um valor ainda mais alto para equipamentos antigos. Esse fato também pode ser entendido de uma perspectiva mercadológica, na qual os fabricantes incentivam uma cultura do *vintage*, disseminando a ideia de que um sintetizador ou equipamento antigo é um “clássico” e, antes de mais nada, um bom investimento. As versões virtuais de equipamentos analógicos também corroboram essa ideia. Usa-se tecnologias atuais para a construção de réplicas com qualidade inferior das tecnologias de 20, 30 anos atrás.

Assim, vê-se como o DJ assume os papéis de produtor, de divulgador e gerente do meio de circulação da música; e, para isso, assume um papel de consumidor de músicas e de tecnologias que servem de matéria-prima para o seu trabalho. Simultaneamente, os ouvintes passaram a ter outra relação com aquilo que se apreciava. Manuseiam o arquivo livremente, modificá-lo é tão fácil que “não faz sentido não fazê-lo” (CUTLER, 2004).

Andrew Hugill (2008, p. 147), na obra *The Digital Musician (O músico digital)*, reafirma a tendência do mundo digital, conectado pelo ciberespaço, em acabar com as fronteiras geográficas e nacionais, comprimindo ou expandido o tempo e o espaço. Apesar de existir ainda apenas uma elite digital – ainda uma minoria tem acesso a esse universo – e não ser necessariamente algo que traz apenas consequências positivas, esse contexto comunicativo coloca o músico digital²⁹ em um processo de constantes trocas musicais com base em sons e gravações. Esse aspecto torna a existência de muitos desses sons em algo abstrato, que não deixa rastro. Nesse sentido, as manifestações musicais, das mais extremas às mais convencionais, são resumidas a pura informação digital. Logo, as linhas evolutivas dessas práticas musicais não seguem caminhos lineares. Essa é uma cultura baseada em sons e compartilhamento. Nada é escrito em papel.

Dessa forma, em meio a esse complexo contexto, faz-se necessário pensar o método coerente para estudar os fenômenos em investigação neste trabalho: a etnografia e suas adaptações para a investigação em campo das práticas musicais da cultura DJ permeadas pela virtualidade.

1.3 Adaptações dos métodos etnográficos para a realização da pesquisa – como estudar a cultura DJ atualmente

Porque, então, utilizar etnografia em um contexto tão marcado pela virtualidade, desmaterialização, fragmentação e diversidade? Como proceder para fazer a concepção de um grupo coeso para o pesquisador fazer a sua imersão?

²⁹ Do original: “*A digital musician is an amalgamation of performer, composer, engineer and informed listener, all to a certain extent. It is highly likely that each individual will have more skills in one of these areas than the others. The ‘sound designer’, the ‘sonic artist’ and the ‘digital musician’ have overlapping skill sets and, for the purposes of this book, are practically the same. As Ronald Herrema points out, what all these people share is ‘an understanding of the manipulation of sound in time, how that relates to gesture and how it relates to drama, or the dramaturgy of the work’*” (HUGILL, 2008, p. 187).

1.3. O que é etnografia?

Para Hammersley e Atkinson (2007), a etnografia é uma das muitas abordagens que podem ser encontradas no âmbito da investigação social hoje. Atualmente, apresenta muitas das suas fronteiras, como ideias ligadas a “investigação de campo, método interpretativo e estudo de caso” já rompidas tanto pela autoetnografia, que vem estudando as histórias de vidas individuais, como pela etnografia virtual (HINE, 2000), uma metodologia que observa as ações humanas por meio o ciberespaço. A origem do termo etnografia está ligada à antropologia ocidental do século XIX, entendida, semelhante à etnologia, como a descrição de uma cultura ou comunidade, geralmente não ocidental. O termo consolida-se, então, como a uma integração de uma investigação empírica junto a uma interpretação teórica e comparativa da organização social e da cultura daquilo que se pesquisa.

No século XX, essa metodologia foi utilizada também na sociologia, buscando entender a vida das vilas e cidades. A partir dos anos 1960, há a emergência dos estudos culturais, área cujo trabalho passou, diferentemente da antropologia e da sociologia, de abordagens amplamente históricas e textuais para incluir a utilização do método etnográfico, nomeadamente no estudo de audiências e toda a questão do consumo cultural.

Assim, em razão da sua história complexa, como concluem Hammersley e Atkinson (2007), a etnografia não se apresenta com uma definição padrão e de significado bem delimitado. Porém, segundo os autores, há algumas coisa que podem definir não o que é etnografia, mas sim o que os etnógrafos fazem:

1. As ações são estudadas no cotidiano, não em situações experimentais altamente complexas.
2. Há coleta de dados documentais, mas a observação participante ou as conversas informais geralmente são as principais fontes.
3. A coleta dados não envolve um projeto de pesquisa fixo e detalhado especificado no início, e as categorias que são usados para interpretá-los não são incorporadas ao processo de coleta de dados.

4. O foco é geralmente em poucos casos, geralmente de pequena escala, talvez uma configuração única ou grupo de pessoas. Isso é para facilitar o estudo em profundidade.
5. A análise de dados envolve interpretação dos significados, funções e consequências de ações humanas e práticas institucionais. Estes estão implicados no local e em contextos mais amplos.

Nesse sentido, diversos são os trabalhos que, cada um ao seu modo, utilizaram a etnografia e suas características de observação participante como ferramenta de pesquisa em contextos que envolvem a música e suas mídias, seus meios de produção, circulação e consumo. Paul Théberge (1997), em seu livro fruto de sua tese de doutorado, *Any Sound You Can Imagine*, lança mão das mais recentes teorias da musicologia e etnomusicologia e faz um trabalho etnográfico investigando como ao longo do século XX o processo de produzir música era acompanhado pelo processo de consumir tecnologia. Fez isso analisando aquilo que o colocaria imerso nesse contexto, já não mais simplesmente localizado em uma porção única geográfica. Assim, entrou nesse mundo por meio de conversas com produtores, músicos, engenheiros de som, consumidores e de observações em estúdios, estúdios caseiros e também salas de estar. Observou as mídias impressas que tratavam do assunto, de textos jornalísticos e críticos aos textos de publicitário das diversas tecnologias musicais emergentes na metade do século XX.

Sarah Thornton (1996) torna os diversos clubes de música eletrônica de pista na Inglaterra como seu campo de estudo. Tendo que se envolver com pessoas do meio para conseguir informações específicas, passes VIP e informações sobre o funcionamento dos locais e a forma de divulgação utilizada na produção de um evento desse tipo. Assim, seu trabalho de observação etnográfica mistura-se a madrugadas acordadas, experiências com drogas e conversas com um som muito alto.

Simon Reynolds (2012), em *Energy Flash*, relata a constante oscilação entre o parcial e o imparcial; afinal, trata-se de um pesquisador participante. Sua metodologia foi se envolver com os sujeitos da sua pesquisa em seus ambientes naturais, onde ele, pesquisador, participou dos rituais, paradoxalmente tentando manter distância. Essas são algumas das

pesquisas que utilizaram a metodologia da etnografia para pesquisar as relações entre a música e suas tecnologias.

1.3.2 Etnografia virtual e etnomusicologia de práticas musicais em plataformas virtuais

A etnografia virtual, desenvolvida por Hine (2000), é uma metodologia etnográfica que investiga os eventos virtuais em busca de dados para responder aos questionamentos feitos pelo pesquisador. Essa metodologia embasa o rastreamento de eventos e perfis virtuais, por exemplo, utilizando as comunicações mediadas por computador (CMC) como *corpus* para pesquisa. Com essa metodologia, o trabalho do etnográfico muda de perspectiva, não sendo mais constituído de viagens e idas a campos geograficamente localizados, mas sim em um frenesi em frente ao computador, tentando rastrear todas as informações possíveis e coerentes sobre seu assunto de investigação.

Esta pesquisa segue na mesma perspectiva de trabalhos de etnomusicologia que lançaram mão de metodologias para observar um campo virtual (*virtual fieldwork*) para poder mapear práticas musicais que não existiam mais em, por exemplo, um local geográfico bem delimitado. Cooley, Meizel e Syed (2008, p. 90-107) apresentam pesquisas sobre as práticas culturais em torno de um *reality show*; um trabalho sobre as músicas vernáculas associados à *surf music* na Califórnia; e um estudo de caso envolvendo a música hindustana do norte da Índia.

No contexto de um *reality show*, a presença física do momento da performance musical é substituída pela presença em frente à televisão e em sites sobre o assunto. Na *surf music*, por volta da década de 1930, as performances musicais eram feitas durante a noite, à beira da praia, longe de qualquer condição para gravação e documentação; restou ao pesquisador buscar as interações entre os membros no ciberespaço, que trocam relatos, músicas e fotos pela internet. Na música hindustiana, a internet era a fonte de conhecimento: é nela que está diluída o método de aprendizagem musical.

Essas pesquisas, ao focarem em como as pessoas experienciam e envolvem poderes e significados nas relações mediadas pela tecnologia virtual, novamente trazem sentido ao “‘etno’ na etnografia virtual” (COOLEY; MEIZEL; SYED, 2008, p. 91).

Dessa forma, para uma pesquisa que pretende-se etnográfica de uma prática musical consolidada e que envolve as mídias virtuais e seus diferentes modos de produzir, circular e consumir música, faz-se necessário realizar uma observação participante: *i)* dos locais, das ferramentas de produção musical (computador e o estúdio caseiro); *ii)* dos mecanismos de circulação musical, gravadoras e distribuidoras virtuais; e *iii)* das formas virtuais de interação que conectam produtores e consumidores, as redes sociais. Nesta pesquisa, concorda-se com Henry Jenkins, que propõe que “devemos documentar as interações que ocorrem entre os consumidores de mídias, os textos e os produtores, uma vez que as fronteiras entre esses papéis encontram-se embaralhadas” (apud AMARAL, 2009a, p. 96).

Como todas as formas de música tornam-se cada vez mais implicadas com a globalização de tecnologias avançadas, uma etnomusicologia do século XXI vai ter que se adaptar às novas ideias de autenticidade musical, representação cultural e autoridade intelectual. O trabalho do etnomusicólogo e outros estudiosos de música será analisar e explicar as negociações culturais envolvidas com as interseções globais – e os entendimentos locais – de músicas do mundo, desejos populares e possibilidades tecnológicas (LYSLOFF; GAY, 2003, p. 18)³⁰.

Logo aqui não há uma substituição de práticas etnográficas anteriores para assumir uma nova metodologia totalmente com base em informações do contexto virtual. Na verdade, essas novas ferramentas metodológicas servem como apoio para se conseguir informações sobre aquilo que realmente não há como entender senão por esse meio. Dessa forma, elas servem de guia e apoio para aquilo que foi observado no campo “real” – neste caso, o estúdio caseiro dos DJs.

³⁰ Do original: “*As all forms of music become increasingly implicated in the globalization of advanced technologies, an ethnomusicology of the twenty-first century will have to adapt to changing ideas of musical authenticity, cultural representation, and intellectual authority. It will be the work of the ethnomusicologist and other music scholars to analyze and explain the cultural negotiations involved with the global intersections – and local understandings – of the world’s musics, popular desires, and technological possibilities*”.

Afinal,

Numa etnomusicologia no ciberespaço a extratextualidade deve ser vista como espaço fundamental para práticas musicais florescerem. Nela se fomenta uma tecnocultura que exige do etnomusicólogo o uso de técnicas etnográficas diferenciadas e uma postura investigativa adequada, sempre atenta às especificidades do meio. A virtualidade é uma forma de mediação que ganha conotações próprias, principalmente pelas modificações que exerce nas práticas e produtos musicais. Ao lidar com música das mais diferentes maneiras no ciberespaço, o homem contemporâneo utiliza novas formas de apropriação e cria novos gêneros audiovisuais. Apesar de “transitar” num “espaço” considerado virtual, este homem é tão real quanto a quantidade incomensurável de *hardware* que suporta a dita virtualidade. Isto é, materialidade. Esta se expande através de todo aparato tecnológico que o homem manipula. A relação dele com tal materialidade tornou-se tão profunda e complexa que, no exercício do virtual, não há mais um sem o outro (CAROSO, 2009).

Essas são as ideias que fundamentam esta pesquisa feita em campo virtual. Assim, mais adiante, como reflexão final fruto da experiência (virtual)etnográfica, responde-se a questão central: como a virtualidade, e neste caso, na música da cultura DJ, torna-se parte da experiência real da vida das pessoas (COOLEY; MEIZEL; SYED, 2008).

1.3.3 O processo da pesquisa de campo

Neste trabalho, considera-se como DJ interlocutor os atores dessa cultura que resumem nas suas atividades cotidianas as práticas de produzir, circular e consumir música. Os DJs que mais representam esse personagem são os DJs que, além de se apresentarem em festas e produzirem suas próprias músicas, gerenciam e coordenam selos virtuais.

Assim, a pesquisa de campo é composta por três fases:

1. Interação e observação do processo de composição de uma faixa junto aos três DJs informantes em seus respectivos estúdios caseiros.

2. Acompanhamento dos perfis virtuais dos três DJs informantes em busca de eventos e conversas mediadas por computador (CMC) entre produtores e consumidores de música que contribuem para a reflexão pretendida.
3. Entrevistas semiestruturadas sobre sua atividade cotidiana de se apresentar, compor e gerenciar um selo virtual.

O foco de análise dos dados gerados na pesquisa de campo concentra-se nos fenômenos cujas fronteiras consolidadas no século XX entre autor/ouvinte são “atingidas”: *i*) uso de materiais previamente gravados como matéria-prima e o uso do computador como ferramenta de composição; *ii*) o contato entre autores e ouvintes na rede social de música Soundcloud; e *iii*) os novos modos de escuta e apreciação musical que aproximam o DJ do conceito de ouvinte ativo.

1.4 Cultura DJ e etnografia virtual: solução conceitual e metodológica

Neste trabalho, lida-se com pesquisas sobre práticas musicais de história recente e cuja mediação entre os conteúdos musicais (sendo eles auditivos e ideológicos) estão virtualizados.

O termo cultura DJ se apresenta como solução conceitual para mapear o amplo espectro de músicas, gêneros e práticas sociais imbuídas nessa cultura virtualizada, servindo como um gancho conceitual e determinando um ponto de partida para outras delimitações mais específicas, como as presentes no Quadro 1.

Com o objetivo de captar os novos papéis dos atores envolvidos nesse processo, a metodologia etnográfica para a pesquisa em música, e suas coerentes adaptações para melhor entender o objeto de pesquisa diluído em meio virtual, apresenta-se como o caminho certo a percorrer. Além da observação “em campo real” – concentrada nos locais de produção de música: o estúdio caseiro –, a busca pelas CMCs entre ouvintes e autores nos dá dados textuais ricos para a análise focalizada na interação entre produtor e consumidor de música.

Este capítulo mostrou o caminho para a construção do objeto de pesquisa (o que é) e para a construção da metodologia (como estudar) relativas a esse tema. Assim, espera-se

que sirva como apoio bibliográfico ou ponto de partida para pesquisas futuras e como mapeamento de estudos realizados, nacional e internacionalmente, sobre o tema.

Entender a forma como as inovações tecnológicas em música estão relacionadas às mudanças de paradigmas de autor e ouvinte de um determinado contexto musical é o foco da discussão presente no próximo capítulo.

CAPÍTULO 2 – AS RELAÇÕES ENTRE AS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS EM MÚSICA E OS NOVOS PAPÉIS DE AUTOR E OUVINTE

Neste capítulo, objetiva-se uma revisão de literatura que embase as reflexões feitas sobre a relação entre as mudanças e inovações das tecnologias de criação e gravação musical e os novos papéis de autor e ouvinte que emergiram na prática musical dos DJ, que utilizam essas inovações tecnológicas como suporte para criação.

Existe um caminho pelo qual uma invenção, inicialmente em formato experimental, feita em laboratórios, passa a ser uma nova tecnologia, consolidada e aplicada no dia a dia. Isso ocorre pois, para toda nova tecnologia, há a construção de um novo conhecimento e de uma nova prática atrelada a esse conhecimento.

Raymond Willians (2003, p. 137, trad. minha), afirma que

Como a tecnologia se desenvolve a partir de agora, então, não trata-se apenas de uma questão envolvendo um processo autônomo comandado por engenheiros distantes. É uma questão de definição social e cultural, de acordo com os fins pretendidos. De uma série de desenvolvimentos e possibilidades existentes, fazem parte da agenda prioridades variáveis e instituições variáveis. No entanto, isso não significa que essa questão é indeterminada, os limites e as pressões são reais e poderosos.³¹

Na música, não é diferente. Cada inovação, do seu percurso do laboratório ao formato fechado, passa por diversas pressões, sendo estas exercidas pelo próprio inventor, pela indústria que passa a comercializar a nova tecnologia e pelo público, ao incluí-la no seu cotidiano.

³¹ Do original: “*How the technology develops from now on is then not only a matter of some autonomous process directed by remote engineers. It is a matter of social and cultural definition, according to the ends sought. From a range of existing developments and possibilities, variable priorities and variable institutions are now clearly on the agenda. Yet this does not mean that the issue is undetermined; the limits and pressures are real and powerful*”.

2.1 As inovações tecnológicas em música

Neste capítulo, observa-se como, no decorrer da história, as diversas inovações tecnológicas (formatadas social, político e economicamente) trouxeram e possibilitaram novas formas de se criar e se produzir música, influenciando nos papéis de autor e ouvinte. Assim, faz-se inicialmente uma conceituação sobre o que é uma inovação tecnológica do ponto de vista da sociologia da tecnologia e, em seguida, expõe-se como as entidades autor-ouvinte de música são variáveis conforme a organização social e cultural das sociedades e das manifestações musicais.

2.1.1 O que é uma inovação tecnológica?

Segundo o *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa* (HOUAISS, 2009), inovação é “ação ou efeito de inovar”, “aquilo que é novo, coisa nova, novidade”. Na área da sociologia, as inovações tecnológicas foram objeto de investigação mais aprofundada, levantando questões sobre como as inovações tecnológicas surgem e se mantêm. Esse amplo questionamento levou a construção de um campo: construção social da tecnologia (*social construction of technology* – SCOT). Na obra seminal, *The Social Construction of Technological Systems*, observa-se que as inovações tecnológicas têm uma dinâmica que vai além da novidade, surgida geralmente em porões e garagens dos considerados gênios inventores.

[...] todo o conhecimento e todas as reivindicações de conhecimento devem ser tratados como sendo socialmente construídos, isto é, explicações para a gênese, aceitação e rejeição de conhecimento estão no domínio do mundo social e não no mundo natural.³² (BIJKER; HUGHES; PINCH, 1989, p. 18).

Dessa forma, com base nos princípios dessa metodologia, resumidos por Klein e Kleimann (2002, p. 29-31), é possível investigar socialmente os processos nos quais novas invenções tornam-se padronizadas e modelos de consumo:

³² Do original: “all knowledge and all the knowledge claims are to be treated as being socially constructed: that is, explanations for the genesis, acceptance, and rejection of knowledge claims are sought in the domain of the social world rather than in the natural world”.

- a) Flexibilidade interpretativa: aplica-se esse conceito para os artefatos tecnológicos para mostrar como estes são produtos de negociações entre grupos sociais e para mostrar como o *design* desses artefatos é um processo aberto que pode produzir diferentes resultados dependendo das circunstâncias sociais.
- b) Grupos sociais relevantes: todos os membros de um determinado grupo social compartilham o mesmo conjunto de significados, ligado a um artefato específico (BIJKER; HUGHES; PINCH, 1989, p. 30)³³. O desenvolvimento de tecnologias é um processo em que vários grupos, cada um incorporando uma interpretação específica de um artefato, negociam sobre seu projeto.
- c) Encerramento e estabilização: No caso de encerramento retórico, há uma declaração de que não há mais problemas e que nenhum projeto adicional é necessária. Encerramento pela redefinição ocorre quando os problemas não resolvidos são redefinidos de modo que eles já não representam mais problemas para os grupos sociais. Como um *hacker*, atualmente, diria, “Isso não é um *bug*, é uma *peculiaridade!*” (KLEIN; KLEINMAN, 2002, p. 30).³⁴

Bijker, Hughes e Pinch (1989) estudam o dinâmico caminho para consolidação de novas tecnologias, sua aceitação na sociedade, nos mercados e no dia a dia dos consumidores. Os autores – tendo como premissa a ideia de que ciência e tecnologia se misturam e a cada uma dessas modalidades se diferenciam a partir das circunstâncias sociais – não aplicam mais ao percurso de uma tecnologia uma visão linear de estágios estanques. Acreditam que uma visão direcional sobre os processos pode revelar melhor as perguntas sobre porque certas variações “dão certo” e outras “morrem”. Na decisão de que modificações devem ser feitas ou que problemas merecem soluções, os grupos sociais interessados no artefato agem, além de atribuir significados. Afinal, a própria questão sobre o que seria um problema é relacionada aos fatores sociais dos indivíduos envolvidos.

³³ Do original: “*all members of a certain social group share the same set of meanings, attached to a specific artifact*”.

³⁴ Do original: “*In the case of rhetorical closure, a declaration is made that no further problems exist and that no additional design is necessary. Closure by redefinition occurs when unresolved problems are redefined so that they no longer pose problems to social groups. As today’s software hacker would put it, ‘That’s not a bug, it’s a feature!’*”.

Com base nesses conceitos, pretende-se aqui explicar conceitualmente como as evoluções tecnológicas com base nas quais a cultura DJ se construiu têm seu formato moldado pelas estruturas sociais de poder e econômicas, pelos grupos de interesse de determinada tecnologia, que moldam e levam uma inovação ao seu formato final e o contexto no qual essa inovação está inserida. Nesse sentido, o foco da investigação desse trabalho, as mudanças nos papéis de autores e ouvintes na cultura DJ, passa a ser uma dessas variáveis que impulsionam e ao mesmo tempo são impulsionadas pelas inovações na tecnologia.

Assim, primeiro, observa-se mais especificamente as inovações tecnológicas em música já investigadas segundo essa metodologia, o que serve de base para, segundo, entender as relações dos DJs com as inovações das quais eles usufruem em sua prática musical e como essas tecnologias levam a novos modelos de produção e consumo da música.

2.1.2 Inovações tecnológicas em música relacionadas à cultura DJ

Nem todo instrumento inventado tem sucesso. Do fonógrafo³⁵ de Thomas Edson ao formato LP (*long play*), a invenção inicial sofreu diversas influências históricas, sociais e econômicas que deram ao protótipo inicial um formato fechado que está presente em nossas vidas. Da mesma forma acontece na cultura DJ. As diversas invenções de meios tecnológicos de produção disponíveis nos momentos histórico e social da sua emergência moldaram e foram moldadas pelos grupos sociais ativos nesse processo.

O toca-discos, por exemplo, um artefato que tem uma rica história de modos de uso e variações, foi novamente adaptado para o manuseio dos DJs. Outro exemplo é que, atualmente, boa parte das transações musicais acontecem em formato digital (geralmente WAV e MP3), que também sofreram com os processos de construção social: a história da cultura DJ perpassa o caminho do fonógrafo ao formato MP3, como será discutido mais adiante.

Criaram-se os ambientes digitais de produção musical, que, com o tempo, sofreram um processo similar de adaptações ao contextos sociais e musicais decorrentes do seu uso. O

³⁵ O fonógrafo é um aparelho inventado em 1877 para a gravação e reprodução de sons utilizando um cilindro. Esse foi primeiro aparelho capaz de gravar e reproduzir sons.

estúdio de gravação e pós-produção³⁶ de música, com toda sua parafernália e equipamentos, sofreu um processo de emulação para dentro dos computadores, deixando algumas coisas de fora, destacando outras: decisões estas que necessitam ser observadas, por exemplo, sob a perspectiva de a qual grupo social aquilo interessava. Por exemplo: a consolidação dos estúdios caseiros, a necessidade de finalizar fonogramas e gravações com baixo custo foi uma necessidade musical que delineou essas tecnologias que hoje estão nas mãos dos DJs. Simultaneamente, o mercado especializado de tecnologia musical também incentivou a ampliação do público consumidor para além dos músicos e especialistas.

No sentido de observar em detalhes o percurso partindo da invenção até a consolidação de duas inovações relacionadas à cultura DJ, vê-se a seguir duas pesquisas sobre a construção social de tecnologias importantes para a cultura DJ: a pianola e o sintetizador Moog.

2.1.2.1 Pianola

Conforme Théberge (1997, p. 18-19), a experimentação técnica é uma força parcialmente independente do desenvolvimento de novas tecnologias, no entanto, estas não são totalmente independentes das forças de mercado. É de uma combinação desses fatores que se criam as necessidades musicais de um certo grupo, no qual há a formação de desejos a serem sanados pela tecnologia emergente. Com o piano, conforme o autor, não foi diferente. A consolidação do seu *design* se deu a partir do cruzamentos de fatores possibilitados pela formatação industrial em larga escala na Europa e pela necessidade musical de maior variedade timbrística e expressividade. A formação desses desejos por inovações é relacionada a fatores históricos sociais e culturais, como a gradual mudança das estruturas sociais de aristocráticas para democráticas do século XVIII em diante.

Técnicas de inovações, eficiência na fabricação e distribuição, finanças corporativas, mercado de controle, *merchandising*, promoção de concertos e publicidade fazem parte da histórias de como a indústria do

³⁶ Durante a pós-produção, as músicas passam por um processo conhecido como masterização. O conjunto da obra musical e como ela será apresentada são trabalhados para que o produto possa ser “digerido” da melhor maneira possível.

piano tornou-se parte central da vida musical na Europa (THÉBERGE, 1997, p. 19)³⁷.

Nesse sentido, devido ao seu *design*, altamente ligado ao processo industrial da época, iniciou-se um processo de experimentação que levou a possibilidade de automação para o piano. Em 1825, surge a primeira tentativa de piano que tocasse automaticamente, com técnicas derivadas das caixas de música e realejos. Contudo, a técnica que iria consolidar a pianola veio do mundo têxtil. Uma técnica de usar cartões perfurados para controlar agulhas foi a base para consolidação dos *piano rolls*, rolo de papel perfurado utilizado na operação das pianolas.³⁸ Como consequência, a venda de repertórios para esses *piano rolls* alavancou a indústria de pianos automáticos.

Logo, o enorme sucesso da pianola não foi apenas devido a sua condição de inovação tecnológica. Houveram, paralelamente ao desenvolvimento dessa tecnologia, mudanças significativas nos valores culturais e nos padrões de consumo que prepararam o terreno para a consolidação dessa nova ferramenta. Surge o instrumento que não necessita de nenhuma habilidade especial para manusear (THÉBERGE, 1997, p. 29). Dessa forma, houveram mudanças nas relações antes estabelecidas entre autores, intérpretes e consumidores de música. Essa tecnologia foi emulada e levada aos computadores para facilitar o sequenciamento de músicas, como vê-se no decorrer deste capítulo.

2.1.2.2 O caso Moog

Foca-se agora na construção social de um dos sintetizadores mais bem-sucedidos comercialmente e que tem estreita relação com a consolidação das músicas oriundas da cultura DJ. Esse sintetizador influenciou e foi influenciado pela situação histórica, estética, social e comercial. Os trabalhos que nos servem de base (PINCH; TROCCO, 2000, 2002), seguindo a linha da sociologia da tecnologia, buscaram a construção social desse sistema tecnológico. Os autores comparam a empreitada de dois inventores

³⁷ Do original: “*Technical innovations, efficiencies in manufacturing and distribution, corporate finance, Market control, merchandising, concert promotion and advertising are all part of their stories about how the piano became a central part of musical life in Europe and North America*”.

³⁸ Essas inovações, que ocorrem em um determinado contexto e são adaptadas para outros, são chamadas de inovações transeitoriais.

contemporâneos entre si, Robert Moog e Don Buchla. Cada um, a sua maneira, inventou e distribuiu suas invenções, porém tiveram destinos diferentes.

Robert Arthur Moog (Nova Iorque, 23 de maio de 1934, Asheville, 21 de agosto de 2005) foi o inventor, junto com o compositor Herbert Deutsch, do sintetizador Moog, em 1964. Donald Buchla (nascido em 18 de abril de 1937) é um pioneiro no campo da síntese sonora, lançando seu primeiro sintetizador meses após o lançamento dos primeiros sintetizadores Moog.

Conforme Pinch e Trocco (2002, p. 310-311), essas duas invenções estavam em diferentes “estruturas tecnológicas” (*technological frame*). Ou seja, os inventores possuíam diferentes práticas, ideias e valores em torno da tecnologia. Moog se interessava em um mercado bem consolidado de venda e produção em massa, propondo comercializar uma tecnologia que respondesse às necessidades musicais dos usuários. Já a estrutura tecnológica de Buchla emergiu dentro do contexto artístico do Tape Music Center³⁹ de São Francisco. Seu temperamento e sua postura de músico experimental levaram-no a não seguir totalmente o viés comercial.

A invenção de Robert Moog foi se tornando um instrumento de teclas como as do piano. Esse fato consolida o *design* do sintetizador e dá a ele um caráter de exatidão e controle sobre o sons neles produzidos. No entanto, Don Buchla seguiu uma linha que pode ser considerada artesanal, fabricando equipamentos em pequena escala apenas por encomendas. Buchla não utilizava teclados nem o sistema temperado de afinação. Moog direcionou sua invenção para diferenciar-se de outros sintetizadores da época, sobre os quais era depositada uma carga de estranhamento e desconforto tanto pelos que tocavam quanto pelos que ouviam. Dessa forma, lhe interessava um instrumento que não só levasse a produção de timbres e sonoridades inovadoras, mas também emitisse notas musicais comuns ao sistema temperado da tradição musical europeia.

³⁹ O San Francisco Tape Music Center foi fundado em 1962 pelos compositores Morton Subotnick e Ramon Sender como uma “organização cultural e educacional sem fins lucrativos, cujo objetivo era apresentar concertos e oferecer um lugar para aprender sobre o trabalho feito com a fita magnética”. “*The artistic climate in San Francisco in 1961 was ringing with new ideas. A number of young composers, including Ramón Sender, Pauline Oliveros, and Morton Subotnick, had been experimenting with tape composition*” (HOLMES, 2008, p. 369).

Assim, Pinch e Trocco (2002) concluem que o mundo da produção e do consumo de sintetizadores – e também o mundo da produção e consumo de tecnologias – não caminham em separado. Assim como o inventor age sob o formato do aparato tecnológico que ele inventa, os usuários, o mercado e seu contexto agem de forma a moldar essa tecnologia.

Nos dois exemplos apresentados, emergiram do uso cotidiano dessas novas tecnologias novas práticas relacionadas aos autores e ouvintes de música. A pianola permitiu a execução de peças por um usuário comum, ou seja, sem nenhum conhecimento específico. Simultaneamente, criou-se o mercado de suprimentos para a pianola, o que levou à criação de novos trabalhos musicais e comerciais na música. Autores e intérpretes tornaram-se menos necessários para fazer fruir música.

O sintetizador Moog, com suas características híbridas de novas timbragens e de afinação, levou o sintetizador ao mundo da música popular e erudita. Artistas começaram a lançar mão das possibilidades advindas do uso de sintetizadores na produção de discos e nos palcos. Novamente, a tecnologia foi se formatando com o intuito de o usuário poder utilizá-lo sem grandes dificuldades e com pouco conhecimento técnico.

Agora, observa-se como as entidades de autor e ouvinte foram consolidadas na cultura ocidental e como as tecnologias disponíveis influenciaram na consolidação desses paradigmas.

2.2 Meios e música: dinâmicas entre os paradigmas de autor e ouvinte e os meios de circulação

2.2.1 Autores e ouvintes em diferentes culturas

Pensar uma manifestação musical do ponto de vista da etnomusicologia implica relativizar parâmetros musicais. Trata-se do “estudo de toda a música em termos do seu contexto social e cultural, abarcando sua produção, sua recepção e sua significação” (COOK, 2013, p. 138). Para entender e analisar a música de um determinado grupo social, é preciso observar a música daquela cultura de acordo com seus próprios termos, e não usando termos e conceitos musicais de outros campos e culturas (TURINO, 2008, p. 89).

Conforme Ikeda (2011), as manifestações musicais que podem ser consideradas tradicionais⁴⁰ não são apenas vazão estética e artística daqueles que a realizam. A música, em muitas dessas culturas, é sinônimo da construção de suas identidades, sua religiosidade e qualidade de vida. Nelas, geralmente, a figura do autor é relativizada, diluída na coletividade na qual muitas dessas práticas se realizam.

Nos textos etnomusicológicos sobre culturas orais e não ocidentais, vê-se o quanto as noções de separação entre quem compõe e quem consome música não são as mesmas do Ocidente. John Blacking concluiu que, para os Venda – povo que vive em sua maioria perto da fronteira do Zimbábue sul-africano –, não há distinção entre quem é ou não instrumentista: a música é inerente ao ser humano.

Como coloca Blacking (1974, p. 27, trad. minha),

No sistema musical dos Venda, é o ritmo que distingue a canção (*u imba*) da fala (*u amba*), de modo que os padrões de palavras que são recitadas são chamados “cantos”. Tanto Stravinsky quanto os Venda insistem que a música envolve o homem. As batidas regulares de um motor ou uma bomba podem soar como as batidas de um tambor, mas nenhum Venda iria considerar isso como música; ou esperar para ser movido por isso, pois este não é diretamente produzido pelos seres humanos. O som de instrumentos eletrônicos ou de um sintetizador Moog não seria excluído do seu âmbito de experiência musical, desde que ele seja apenas o timbre, e não o método de ordenar fora do controle humano.⁴¹

Bruno Nettl (1994, p. 141, trad. minha) observou que a própria estrutura da música do povo Blackfoot, na América do Norte, pressupõe a participação coletiva na criação do

⁴⁰ “Essas manifestações são identificadas também como *cultura popular, cultura tradicional, cultura popular de tradição oral, cultura de raiz, tradições populares, conhecimentos tradicionais*, e ainda folclore, que é termo mais consagrado historicamente, desde meados do século XIX, mas que tem sido evitado nos últimos tempos por seu desgaste semântico” (IKEDA, 2011, p. 55).

⁴¹ Do original: “*In the musical system of the Venda, it is rhythm that distinguishes song (u imba) from speech (u amba), so that patterns of words that are recited to a regular meter are called “songs”. Both Stravinsky and the Venda insist that music involves man. The regular beats of an engine or a pump may sound like the beats of a drum, but no Venda would regard them as music or expect to be moved by them, because their order is not directly produced by human beings. The sound of electronic instruments or of a Moog synthesizer would not be excluded from their realm of musical experience as long as it was only the timbre and not the method of ordering that was outside human control.*”

momento musical: a música é facilmente memorizável escutando apenas uma vez; assim, facilmente canta-se junto. Não faz sentido criar uma música para cantá-la sozinho.

[...] a estrutura da canção segue no sentido da teoria da única escuta. É uma forma complexa, mas se você conhece o estilo bem, você pode, depois de ouvir a primeira vez, muito bem, prever como o resto da música será. Se você lembrar de uma frase da música, você não tem que se lembrar de muito mais.⁴²

Nicholas Cook (2013, p. 24) explica como a própria distinção de “músico” não é entendida da mesma forma em diferentes sociedades e contextos. “Há sociedades em que essa distinção seria incompreensível, como os índios Suyá do Brasil, mas, na sociedade ocidental moderna, ser um músico é diferente do que ser alguém que se limita a escutar música”. Observa-se que, na cultura ocidental, existem uma série de hierarquias musicais.

Conforme Chris Cutler (1993, p. 25), há manifestações musicais cujo meio de transmissão primordial é a memória biológica. Nesse contexto, o autor da música (muitas vezes inseparável da dança, do cotidiano, da poesia) não tem o mesmo sentido em nossa sociedade, marcada pela divisão do trabalho. Ou seja, ela não é individualizada. Entre os pontos característicos do que o autor considera como um modo de produção musical “folclórico” estão:

1. a música é gerada e perpetuada pela memória humana;
2. as manifestações musicais sofrem poucas pressões externas, refletindo sempre as mudanças internas do grupo a que pertencem;
3. não há uma ideia de peça musical finalizada, há matrizes, temas, que, paradoxalmente, ao serem executados, são acrescidos de uma contribuição individual daquele que o executa;
4. não há distinção entre os papéis de compositor e intérprete.

⁴² Do original: “[...] *the structure of the song militates towards the single-hearing theory. It's a complex form, but if you know the style well, you can, after hearing the first line, pretty much predict what the rest of the song will be like. If you can remember one line of music you don't have to remember too much else*”.

Vê-se que, em diferentes culturas e contextos musicais, as entidades de autor e receptor de uma obra musical, papéis bem delimitados na cultura ocidental, não se apresentam da mesma forma. Agora, faz-se necessário entender como essa separação e a criação/manutenção dos paradigmas consolidados na indústria musical do século XX surgiram.

2.2.2 Música e Iluminismo: consolidação da entidade/autoridade do autor na cultura ocidental

Figueiredo (2010, p. 23), ao abordar o surgimento e o desenvolvimento do conceito de autoria no Ocidente, explicita que, conforme Foucault (1992, p. 50), a atribuição de autoria de um discurso é uma “operação complexa que constrói certo ser racional a que chamamos o autor”. A noção de autoridade do criador remete à Antiguidade, ainda em Aristóteles, segundo o qual os autores possuem autoridade devido a sua virtude, fornecendo exemplos que devem ser seguidos pela emulação (CASTRO, 1982 apud FIGUEIREDO, 2010).

Porém, na Idade Média, por volta do ano 1300, “o compositor é tão artesão quanto o sapateiro” (LOWINSKY, 1964, p. 478). Nessa época, pouco valor de se atribuía à originalidade, o autor apenas transmite a palavra divina ou se limita a desenvolver aquilo que já está presente na tradição. Com o Renascimento, em um ambiente filosófico humanista, a postura se diferencia: “criar é fazer algo novo, algo que o mundo não tenha visto antes, algo fresco, original e pessoal” (LOWINSKY, 1964, p. 494).

Terry Eagleton (1990, p. 9) argumenta que as concepções de unidade e integridade da criação artística são lugares-comuns desde a Antiguidade Clássica. Porém, é com a ascensão econômica e política da burguesia que os conceitos estéticos começam a exercer um papel central e intensivo na construção da ideologia dominante. Conforme o autor, é no final do século XVIII que emerge “a curiosa a ideia da obra de arte como uma espécie de sujeito”. Apesar de recém-definido, trata-se de um sujeito. As pressões históricas que possibilitaram essa maneira de pensar de forma nenhuma podem ser rastreadas até a época de Aristóteles.

Nicholas Cook (2013, p. 39), se refere ao Iluminismo como

[...] o período durante o qual o modelo capitalista de produção, distribuição e consumo tornou-se completamente arraigado na sociedade; toda a Europa vivia um momento de urbanização, com uma grande parte da população emigrando da zona rural em busca de emprego na indústria, enquanto, no interior das cidades, as classes médias (ou a burguesia) desempenhavam um papel econômico, político e cultural cada vez mais relevante.

Nesse momento, a música distanciou-se do mundo e se tornou relacionada à expressão pessoal, ao indivíduo: isso é parte da construção da subjetividade burguesa. Cook afirma que Ludwig van Beethoven e o mito criado a sua volta refletem essas circunstâncias. Assim, “muitas das ideias mais profundamente arraigadas nas nossas reflexões sobre a música, hoje, remontem à efervescência de ideias que envolveram a recepção da música de Beethoven” (2013, p. 45).

Nesse ponto, a idade da razão – e paralelamente a ascensão da burguesia e da sua estética – transformou a música basicamente em uma música sinfônica. Esta tornou-se a elaboração de uma complexa harmonia, intimamente ligada às evoluções físicas sobre o som e suas características, aplicada a um número reduzido de timbres: os instrumentos musicais.

A evolução da técnica musical escrita, a partitura, é fruto da ascensão estética e social da Razão. A teoria que regia a composição musical tornou-se o sistema harmônico e racional que temos hoje. Socialmente, já no Iluminismo, esse sistema tendia a marginalizar as culturas musicais orais. Aceitava-se a noção de que havia um compositor genial que fazia música no papel, usando de toda a lógica do sistema da partitura como meio para a criação musical. Cabia ao intérprete recriar o escrito pelo autor da forma mais idêntica possível. Assim, “sujeito à autoridade do pedagogo musical (uma autoridade obtida novamente por empréstimo àquela do compositor), o ouvinte – ouvinte ‘comum’ – é firmemente situado no grau mais baixo da hierarquia musical” (COOK, 2013, p. 48).

As próprias notas musicais que nos soam hoje foram padronizadas nesse período:

A teoria da afinação e temperamento foi especialmente desenvolvida por autores do século XVIII na Alemanha. [...] Durante o século XIX, [...] quando um sistema cromático e enarmônico tonal expandido tornou-se o quadro de referência para a composição musical, as teorias generalizadas de afinações musicais foram desenvolvidas⁴³ (RASCH, 2002, p. 193, trad. minha).

Nas culturas orais, a tecnologia disponível para perpetuação das tradições musicais é a memória biológica. De forma oral, a música é passada de geração à geração em um formato coerente com o seu meio, ou seja, em forma de temas, danças, rituais, etc. Com a ferramenta da escrita musical, também uma inovação tecnológica no tempo, autores passaram suas obras para o papel, levando consigo os ideais racionais de criação e perpetuação da obra de arte.

Assim, na cultura DJ, os paradigmas tanto harmônicos quanto timbrísticos são diferentes e não podem ser analisados sobre o mesmo foco que historicamente analisa-se a música sinfônica. Boa parte das noções sobre os conceitos de autor e ouvinte na sociedade ocidental foram construídas socialmente no período da ascensão da burguesia na Europa. E, assim, são justamente essas concepções que foram abaladas com o surgimento da cultura DJ.

A música da cultura DJ é marcada pela repetição, pela composição com base na contínua adição de sons uns sobre os outros (MCCLARY, 2004, p. 295; ENO, 2004, p. 129) e pela capacidade de criar uma nova música a partir de outra música, com as técnicas de sampleamento e reaproveitamento de sons previamente gravados (REYNOLDS, 2012, p. 462). Possui diferentes parâmetros que definem os paradigmas de autoria e de recepção/consumo da música. Trata-se de uma música construída com sequências de *loops*, a partir de um arsenal de batidas, padrões, *samples* e outros componentes. Tudo isso em sincronia rítmica na qual cada componente pode ser modificado com diversos efeitos sonoros capazes de: equalizar, fazer ecoar e reverberar, modular, aumentar ou diminuir afinação, entre outros.

⁴³ Do original: “*Tuning and temperament theory was especially developed by eighteenth-century German authors. [...] During the nineteenth century, when an expanded chromatic/enharmonic tonal system had become the frame of reference for musical composition, generalized theories of musical tunings were developed*”.

Ouvintes, para além da pista de dança, se relacionam com os produtores de música e com a própria música, nesse caso o arquivo de música em formato digital, de forma diferente. Fazem contato via rede sociais com os DJs, possuem um perfil para apreciar e compartilhar música, baixam arquivos da internet, fazem suas seleções pessoais de música. Estaria, então, esse paradigma de autoria superado pelos DJs interlocutores desta pesquisa? Essa pergunta será respondida no próximo capítulo. Antes, observa-se o percurso que transformou o laboratório, onde antigamente se faziam gravações, em um estúdio caseiro, no qual o computador é a principal ferramenta de criação.

2.2.3 Do laboratório ao estúdio caseiro: dos cilindros ao DAW (digital audio workstation – ambiente virtual de produção musical)

Neste tópico, traça-se um histórico das evoluções tecnológicas que subsidiaram a emergência da cultura musical DJ. O processo de evolução tecnológica de gravação e reprodução do som culminou na consolidação de um novo local de produção de música, o estúdio caseiro (*home studio*). Nesse sentido, busca-se responder ao questionamento de como o percurso de inovações da gravação sonora – da era acústica à era digital – levou a consolidação do estúdio caseiro e dos *softwares* de produção e finalização de música. De que maneira a evolução dessa tecnologia está atrelada às mudanças estéticas e sociais, refletindo nas concepções de autoria e na forma de se consumir música?

2.2.3.1 A era acústica

Antigamente, o local onde se fazia discos era chamado de *laboratório*. Esse termo foi opção das empresas para dar aos seus clientes a impressão de que o processo de gravação estava sendo constantemente melhorado. O primeiro desses locais foi inaugurado no laboratório de Thomas Edison em 1888. É nesse momento que foram dados os primeiros e importantes passos para consolidação do estúdio de gravação: o sons ainda eram gravados em cilindros; porém, já se fazia silêncio total durante as gravações, já havia a distinção entre técnico e músico (engenheiro e artista) e já se usava uma luz vermelha para indicar que uma gravação estava acontecendo (MILLARD, 2005, p. 258).

Do seu início ao seu estado atual no presente, o ambiente principal de produção de discos, o estúdio, passou por diversas transformações que foram consequência, mas ao mesmo tempo causa, das inovações tecnológicas que surgiram no final do século XIX em diante.

Os sons a serem preservadas na era acústica

eram direcionados por uma corneta, na qual em sua extremidade cônica está uma agulha de corte. Reagindo as vibrações do ar na corneta, o estilete corta uma ranhura em espiral em um revestimento de cera cilíndrico ou em um disco rodando de forma constante por meio de uma manivela. O processo de corte cria variações na ranhura análoga à frequência variável e amplitude das vibrações [...] (MUMMA; RYE; KERNFELD, 2012, p. 2, trad. minha)⁴⁴.

O início desse processo é marcado pelo melhoramento com base na tentativa e erro. Levou-se anos para fazer as boas opções de como posicionar os instrumentos e os cantores para melhorar a gravação. Decidir quais instrumentos ficam mais distantes das cornetas de gravação. Isso antes da substituição das cornetas pelos microfones. Veja o depoimento de um cantor atuante nessa época transcrito por Millard (2005, p. 262):

“Tínhamos que cantar com cuidado no centro de uma corneta com o acompanhamento de uma orquestra que, invariavelmente, soava fora do tom [...]. Quando se aproximava o clímax, ou uma nota alta [...], alguém era gentilmente atraído de volta para a corneta, enquanto tocava uma nota alta, e outro era subitamente retirado para o quarto seguinte”.⁴⁵

⁴⁴ Do original: “*The sounds to be preserved are directed into a large horn, which at its tapered end is connected to a cutting stylus. In response to the vibrations of air in the horn, the stylus cuts a spiral groove in the thick wax coating of a cylinder or disc, rotated steadily by means of a crank. The cutting process creates variations in the groove analogous to the varying frequency and amplitude of the vibrations [...]*”.

⁴⁵ Do original: “*We had to sing carefully into the very center of a horn to the accompaniment of an orchestra that invariably sounded out of tune [...] As one approached the climax, or high note [...] one was gently drawn back from the horn, so that instead of ringing high note one sounded as though one had suddenly retired into next room*”.



Figura 6. Foto de uma gravação na era acústica: organiza-se os músicos na sala para melhor resultado na gravação. O cantor está mais próximo da corneta. Metais ficam atrás e mais acima. Cordas, à frente dos sopros. Fonte: Welch e Burt (1994, p. 121).

2.2.3.2 A era elétrica

Ao passo que as gravações tornaram-se elétricas, o microfone foi o elemento de inovação mais importante. Nos anos 1920-1930, diversos tipos de microfones foram introduzidos, proporcionando mais flexibilidade ao processo de gravação. Conforme Millard (2005, p. 266), os responsáveis pela gravação agora lidavam com frágeis equipamentos elétricos em vez de cornetas e equipamentos robustos. Houve a divisão entre o trabalho de gravação e o de arranjo musical.

A primeira gravação elétrica, assim chamada para diferenciá-la da gravação acústica, ocorreu em 1925 e, desde então, a amplificação eletrônica tornou-se o principal fator tecnológico no desenvolvimento de gravação. Nesse tipo de gravação, os sons a serem gravados são reunidos por um transdutor (microfone) e as vibrações são convertidas num sinal elétrico variável de forma análoga, amplificado e aplicado em outro transdutor, que corta uma ranhura espiral em disco; os desvios do sulco entalhado a partir do caminho normal correspondem às variações no sinal elétrico.

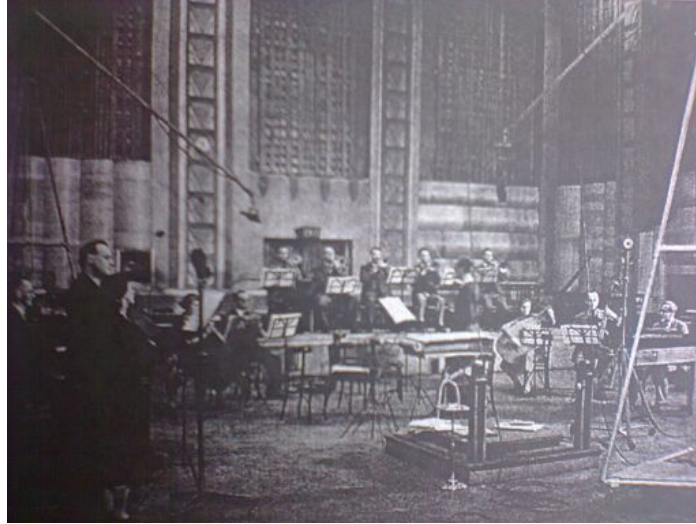


Figura 7. Studio 1 na Abbey Road nos anos 1930. Vários microfones eram usados durante a gravação, feita em espaços mais amplos e comportando mais músicos. Fonte: Millard (2005, p. 287).

O uso dessas tecnologias aumentou consideravelmente a fidelidade em relação ao som gravado e, conforme Mumma, Rye e Kernfeld (2012, p. 6-7), houveram outros importantes desenvolvimentos para a indústria de gravação durante esse período, entre eles: o crescimento da radiodifusão comercial, a padronização de gravação sincronizada com o som do cinema e a invenção da *jukebox*, que tocava músicas com a inserção de uma moeda.

Depois da Segunda Guerra Mundial, no ano de 1947, surge a gravação em fita magnética. Depois dessa data, as indústrias de gravação, transmissão e cinema nos EUA chegaram a um acordo que padronizava as gravações feitas em fitas magnéticas. As principais vantagens da fita sobre o disco são a relativa facilidade de montagem e os custos substancialmente mais baixos. A fita magnética é também um material reutilizável e, aparentemente, menos frágil (MUMMA; RYE; KERNFELD, 2012, p. 6).

Conforme os autores, uma série de outras experiências com formatos de gravação e técnicas foram possíveis graças aos avanços tecnológicos da era pós-guerra, alguns tiveram vida curta, outros eram comercialmente muito bem-sucedidos. Surgiram o disco de longa duração (LP), a gravação direto no disco e, em 1966, o cassete compacto: uma caixa selada contendo uma fita de rolo em miniatura.

Durante a década de 1960, a produção de música popular foi completamente transformada pelo estabelecimento da gravação de fita multipista como a norma na produção de estúdio. A tecnologia multipista permitia que o som de instrumentos individuais fossem gravados separadamente em um processo conhecido como “*overdubbing*”. Mais tarde, as diversas linhas de música (as “faixas”) poderiam ser combinadas, reforçadas e balanceadas eletronicamente durante a sessão de “mixagem”. Como resultado, o processo de evolução do grupo e a troca social/musical entre músicos tornaram-se racionalizadas e fragmentadas – tanto espacialmente como temporalmente – e o controle sobre a textura geral da música foi dado ao engenheiro de som e produtor. Canções *pop* já não eram simplesmente compostas, interpretadas e gravadas. Mais e mais, o estúdio se tornou uma ferramenta composicional em si mesmo (THÉBERGE, 1997, p. 215-216).⁴⁶

A gravação usando fitas magnéticas teve seu papel na cultura DJ, assim como o início da prática de usar o estúdio como ferramenta de criação. As primeiras faixas e a gravação das seleções musicais dos primeiros DJs foram gravadas em fitas, circularam informalmente entre os DJs de uma região, pois era fácil seu manuseio (tanto de gravação quando de reprodução). Além de que o conteúdo das fitas era valorizado pelo seu caráter raro e não comercializável.

2.2.3.3 A era digital

A era digital é marcada pelo uso de computadores na criação musical. A tecnologia digital dos computadores, apesar de datar das décadas anteriores, apenas em meados da década de 1970 é que passou a ser empregada com objetivos sonoros. Na gravação digital,

⁴⁶ Do original: “*During the 1960s the production of popular music was completely transformed by the establishment of multitrack tape recording as the norm in the studio production. Multitrack technology allowed for the sound of individual instruments to be recorded separately from one another in a processo known as "overdubbing". Later, the various lines of music (the recorded "tracks") could be combined, electronically enhanced, and balanced during the "mixdown" session. As a result, the process of group performance and the social/musical exchange between musicians became rationalized and fragmented – both spatially and temporally – and control over the overall musical texture was increasingly given to the sound engineer and producer. Pop songs were no longer simply composed, performed, and then recorded. More and more, the studio became a compositional tool in its own right.*”

o sinal sonoro é amostrado 44.100 vezes por segundo e, para cada amostra, é gerado um número binário (*byte*), transformando o som em um gigante caractere formado de milhões de números. Essa representação digital do som é codificada por um processo conhecido como *pulse-code manipulation*⁴⁷ (PCM) e registada opticamente como uma sequência de fissuras microscópicas na superfície de um disco de plástico, no caso do CD (MUMMA; RYE; KERNFELD, 2012, p. 9).

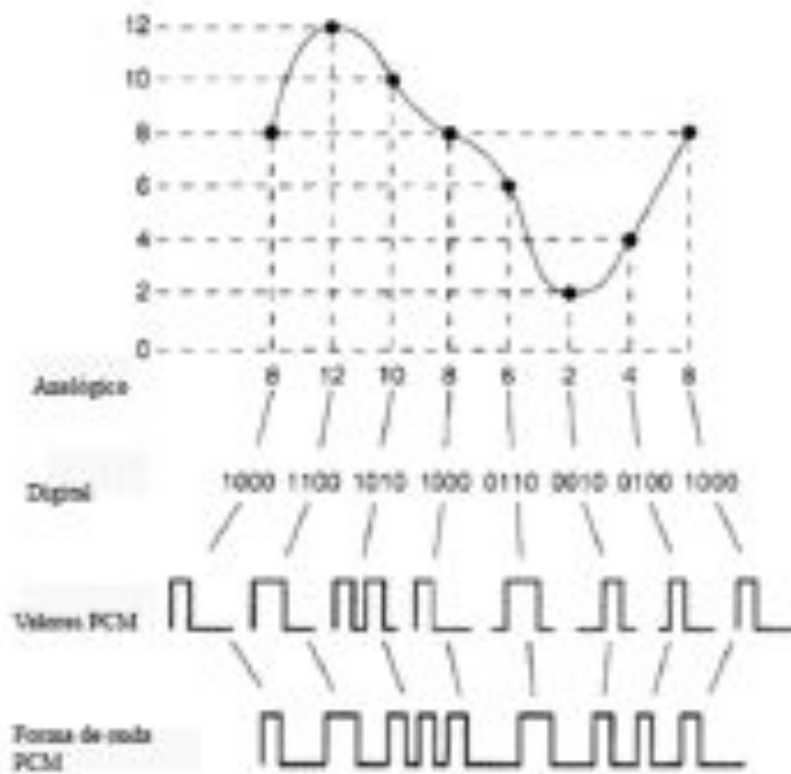


Figura 8. No processo de digitalização do tipo PCM, as amplitudes são transformadas em números binários. No padrão do CD, faz-se 44.100 amostras por segundo, cada amostra gerando um número binário. Fonte: Pohlmann (2001, p. 38).

⁴⁷ Pulse-code modulation (PCM) “is a conventional yet efficient high performance encoding method and forms the most popular digital audio system architecture. PCM is a modulation process in which an analog signal is expressed in digital form by means of binary coding” (POHLMANN, 2001, p. 35-36).

Como ilustrado na figura acima, a onda mecânica do som é amostrada; e sua amplitude, transformada em números binários. Em seguida, o processo PCM reconstrói o som digitalizado.

Dessa forma, entende-se que os arquivos de música digital gravados em computadores são essencialmente dados sem a sua embalagem tátil: são uns e zeros, *bits* e *bytes* que, juntamente com o *software* certo, tocam música (MORRIS, 2010, p. 6). As tecnologias digitais de gravação permitiram uma manipulação mais ampla e detalhada em relação ao que era possível anteriormente (BENNETT, 2000, p. 77).

Na era digital, a música caracteriza-se

[...] como uma criação não corporificada e que independe de suporte exclusivo, tem as características de todo bem imaterial: a ausência de escassez e de desgaste no seu uso. Nesse sentido, a música é um conjunto de informações. Trata-se de um bem informacional (SILVEIRA, 2009, p. 27).

Assim, nesse período, da mesma forma que o desenvolvimento da indústria de instrumentos de teclado, principalmente o piano, fez parte de uma mudança mais ampla de valores culturais e do estágio do modo de produção capitalista; na era digital, a aplicação dos microprocessadores e a constante busca por inovações, no que se refere ao *design* e ao uso dos instrumentos musicais, está inserida em uma mudança do mesmo tipo daquela que ocorreu no final do século XIX (THEBERGE, 1997, p. 38). Novas práticas e mudanças nos seus valores musicais ocorreram novamente ao passo que o uso de áudio digital foi se inserindo no cotidiano dos ouvintes e autores.

Nos anos 1990, surge o Alesis Digital Audio Tape (ADAT). É uma tecnologia de gravação digital de áudio que grava até oito canais analógicos de áudio de uma só vez. Conforme Théberge (1997, p. 248), esse equipamento foi a primeira concretização da “revolução” defendida pela indústria de instrumentos após o início do uso das tecnologias digitais em música. A técnica de *marketing* do fabricante Alesis foi transformar esse produto em “fenômeno”, corroborada pelas revistas especializadas e também pelo discurso envolvendo a “democratização” dos meios de produção de música utilizando as tecnologias digitais.

Seu *design* deixa claro para quem era destinado esse produto. Esse sistema de oito canais associa o produto a ambientes semiprofissionais e amadores de gravação. “O ADAT parecia ser feito mais para usar em casa do que para usar em um estúdio profissional” (THÉBERGE, 1997, p. 249). O formato da gravação era o mesmo de uma tecnologia muito popular nos anos 1980, o cassete VHS; assim, diferente dos outros formatos digitais disponíveis na época, o VHS era fácil de usar e de achar, facilitando o uso ampliado dessa tecnologia em várias partes do mundo, o que era incentivado pela Alesis.

Dessa forma, observa-se que, ao no final do século XX, houve uma mudança no local do estúdio de gravação. A busca de ampliação do mercado pelas indústrias de instrumentos e o discurso de democratização da produção na qual estava apoiada a evolução das tecnologias digitais foram empurrando cada vez mais o estúdio para o espaço doméstico. O local de gravação e produção de som – que já foi laboratório e, depois, amplas salas eletrificadas – foi tornando-se um cômodo da casa. Assim, consolidam-se os estúdios caseiros.

Com a facilidade permitida pela digitalização – e depois a virtualização, ou seja, a emulação de equipamentos digitais para dentro do computador – ficou mais barato adquirir um computador, equipamento que pode assumir o papel de um estúdio de gravação e composição musical. Conforme Théberge (1997, p. 215), esse ambiente doméstico tornou-se o local significativo da atividade musical em vários níveis, dos profissionais aos amadores, e o ponto de concentração e foco de consumo dos suprimentos tecnológicos disponíveis no mercado. Há, no processo do seu surgimento, um deslocamento dos valores musicais e domésticos.

O processo de virtualização transformou os enormes e complicados aparatos que faziam parte da rotina da gravação musical em programas de computador, uma solução à constante busca de barateamento e popularização dos meios de produção que vinha sendo feita pelas indústrias de instrumentos digitais desde dos anos 1980. A interface de produção, pela crescente demanda dos músicos e também pelo viés de comercialização, foi socialmente e esteticamente moldada para se tornar uma interface amigável (*frendily interface*), em um movimento contrário ao divisão do trabalho durante a produção

musical no século XX, que delimitava uma equipe de profissionais especializados para cada momento da gravação (compositor, engenheiro de áudio, produtor, etc.). Assim, a interface amigável torna-se um pré-requisito para os *softwares* comerciais de produção musical como o Ableton Live, usado pelos DJs interlocutores.

Dessa forma, considera-se, neste trabalho, que a emergência do estúdio caseiro, com todas as suas facilidades, foi também um meio que possibilitou a disseminação e consolidação das práticas musicais dos DJs. Afinal, como afirma Brian Eno (2004, p. 130), o estúdio como ferramenta de composição possibilita que o próprio autor, como ele mesmo se descreve, “alguém que não consegue nem tocar nem ler música”, possa compor e criar peças musicais.

A interface dos *softwares* atuais, ambientes de produção da música da cultura DJ, mostram o quanto diversas inovações vão se acumulando e se adaptando a determinado contexto. A funcionalização da música como notas em sequências em um eixo temporal linear, incrementada às inovações do *piano roll* presente nas pianolas, a emulação de mesas de som e a presença de instrumentos virtuais que simulam outros instrumentos formam o ambiente de produção músicas dos DJs e produtores, o DAW (Figura 4). É no *piano roll*, uma representação gráfica de sons em função de um tempo linear, que os DJs trabalham. Isso mostra a capacidade de manusear vários sons em sequência sem necessariamente entender os sinais gráficos das partituras tradicionais. A representação do *piano roll* é mais direta e sempre vem acompanhada da possibilidade de audição do trecho, torna-se uma ferramenta de fácil uso e manuseio.



Figura 9. Foto de um estúdio caseiro: na tela, software DAW Ableton Live. Fonte: <<https://www.ableton.com/en/blog/ableton-live-9-push-coming-march-5/>>.

Observa-se, assim, um acúmulo de inovações tecnológicas que levaram à criação do ambiente de produção atual dos DJs. Cada uma dessas inovações, como foi explicitado, trouxe novas práticas e novos personagens no percurso de gravação da música em suas diferentes épocas. O engenheiro, o produtor, o arranjador, o compositor, o intérprete sempre tiveram diferentes papéis em diferentes épocas, que dispunham de diferentes tecnologias.

Atualmente, observa-se na cultura DJ uma centralização de boa parte dessas funções no DJ. Ele faz tudo isso em sua casa, em seu estúdio, lançando mão dos recursos disponíveis no ciberespaço, em seu computador e, conforme indica a literatura, seguido uma ideologia *punk* do “*do it yourself*” (faça você mesmo). Esse pensamento é relacionado “ao poder democrático que as novas tecnologias imprimem ao fazer musical, pois, através de *samplers* e *softwares*, a experimentação musical e criação não ficam dependentes do conhecimento de um instrumento musical ou teoria” (VAZQUEZ, 2011, p. 41). Essa é ideia é também apropriada, de maneira retórica, pela própria indústria, que passou a incentivar essa prática, difundindo um “idealismo democrático que apontava para uma autorrealização por meio da tecnologia” (THÉBERGE, 1997, p. 244).

Como visto neste tópico, cada nova ferramenta apresenta uma nova forma de se trabalhar a música. O caso do *software* utilizado para produção musical dos DJ

entrevistados, o Ableton Live, conforme Sherburne (2004, p. 322), traz em sua interface a marca de uma nova forma de se criar música: esse *software* é “projetado especificamente para a manipulação em tempo real de *loops* pré-gravados. [...] é desenvolvido para facilitar a produção de construções musicais minimalistas, em oposição às estruturas com base similar à canção”.

Nos textos presentes na página da internet desse *software*, a facilidade e o caráter fluídico da criação musical são destacados.

Find sounds fast. With Live's new browser, spend less time finding sounds and more time making music. Live's new browser puts all of your instruments and effects, samples, Packs and VST/Audio Units plug-ins in one easy-to-navigate view.

In one click, create new Session View scenes from your Arrangement tracks, or drag and copy individual clips from Arrangement to Session.

Convert your favorite drum break with the Drums-to-MIDI feature and reuse it with your own sounds. Speed up your remixing work by using Harmony-to-MIDI to get the notes and chords from the original audio stems.

Your voice is the new keyboard: sing, beatbox, tap a rhythm on your desk, or play any solo instrument to capture your musical ideas as they come. Then use the Melody- or Drums-to-MIDI feature to turn your recordings into MIDI clips that you can edit and reuse with any sound (Textos disponíveis no site do software, destaque meu).⁴⁸

Expressões “com um clique”, “fácil manuseio”, “mais agilidade” estão presentes nos parágrafos citados, explicando as ferramentas da versão 9 desse *software*. Esta inclui ainda a possibilidade de conversão de melodias, harmonias e percussão para o formato MIDI, facilitando ainda mais trabalho de edição e criação.

O *software* Ableton Live encerra as estruturas de composição musical da cultura DJ em uma inovação tecnológica que sofreu influência daquele que a inventou, do mercado que passou a comercializá-lo e dos usuários que o adotaram no dia a dia. Esse programa mostra-se como a realização da possibilidade de criação musical para os DJs: sua interface é amigável, facilitando o uso, e seu método de criação é adaptado às diferentes

⁴⁸ Textos disponíveis no site do *software* Ableton Live: <<https://www.ableton.com/en/live/new-in-9/>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

estruturas musicais do som produzido pelos imersos na cultura DJ. Essas estruturas serão melhor observadas no capítulo seguinte.

2.3 Consumo de música no contexto virtual e no ciberespaço

O ciberespaço é o lócus onde se relacionam autores e ouvintes. Essa possibilidade de interação inaugurou uma nova fase na indústria musical. As gravadoras – antes possuidoras tanto dos meios de divulgação quanto dos meios de produção (mantendo também forte controle sobre o fonograma comercializado) – perderam parcialmente o controle sobre a circulação de música. Isso aconteceu porque a “indústria fonográfica e os controladores das grades de veiculação musical nas rádios e TVs agora enfrentam as redes P2P⁴⁹, os blogs, os videologs, o YouTube e os *audiocasts*” (SILVEIRA, 2009, p. 27).

A música circula pelo ciberespaço como um bem informacional, livre da escassez e com possibilidade de cópia infinita sem perda de qualidade. Um exemplo disso é o formato MP3. Seu formato compactado em relação ao arquivo de áudio digital padrão presente, por exemplo, nos CDs, o fez se tornar o novo formato de consumo da música na atualidade, trazendo novas práticas em relação à escuta musical. Gravadoras perderam muito do seu controle sobre a divulgação das produções musicais e a troca de arquivos pela internet serviu de meio para ascensão de novos músicos, antes ignorados pelo repertório restrito das grandes gravadoras.

A seguir, continua-se com a reflexão sobre as inovações nas formas de fazer circular a música. Nesse caso, observa-se de que maneira o ciberespaço serviu de lócus para a emergência de novas práticas de escuta e consumo de música.

2.3.1 Música em formato MP3

No início da década de 1990, o mundo assistiu à ascensão do arquivo MP3 como meio de circulação de música devido a fatores contingentes, oportunos e acidentais. Como

⁴⁹ *Peer-to-peer* (P2P) é uma arquitetura de redes de computadores na qual cada um dos pontos ou nós da rede funciona tanto como cliente quanto como servidor, permitindo compartilhamentos de serviços e dados sem a necessidade de um servidor central.

afirma Sterne (2012, p. 198), uma série de felizes acidentes determinaram que o arquivo MP3 estivesse na hora certa e no lugar certo”⁵⁰.

No ano de 1987, a empresa de engenharia alemã chamada Fraunhofer começou a trabalhar uma tecnologia na esperança de encontrar formas de comprimir vídeo e áudio digital para fins de transmissão e armazenamento de grandes quantidades de dados. Em 1993, já era possível, com o formato MP3, comprimir dados de áudio para cerca de 1/12 o tamanho dos arquivos de um CD (MORRIS, 2010, p. 73-74).

O MP3 é a abreviação de Motion Pictures Expert Group Audio Layer III (MPEG III, depois MP3). Trata-se de um conjunto de formatos de execução de áudio e vídeo com compressão e perdas. Conforme Sterne (2012, p. 7), a transformação de um arquivo de áudio, como, por exemplo, de um CD, para o MP3, acontece por meio de um codificador que calcula entre os momentos de mudança de uma gravação e as lacunas da audição de um ouvinte imaginado. É um processo de compressão no qual o arquivo digital da gravação perde aquilo que o decodificador considera desnecessário para nossa escuta.

As características do seu formato, ou seja, a possibilidade de transferências rápidas e fáceis, as relações anônimas entre fornecedor e receptor, a compatibilidade multiplataforma, fácil armazenamento e acesso, já faziam parte do próprio conceito do MPEG muito antes do seu uso cotidiano em redes sociais e de compartilhamento, como o Napster. Essa rede social, que tinha como base o compartilhamento de arquivos digitais de música via P2P, funcionou de 1999 até 2001, quando foi fechada por ações jurídicas que reclamavam a infração de direitos autorais (STERNE, 2006, p. 829).

A prática de compartilhamento e escuta de música em formato MP3 trouxe mudanças nos hábitos dos ouvintes.

A mais clara mudança que as tecnologias digitais e redes têm introduzido é a possibilidade inédita e sem precedentes de acessibilidade para a música. Essa nova acessibilidade pode ser entendida em termos de velocidade, facilidade e amplitude. [...] a mesma acessibilidade também me permite ouvir quase instantaneamente a música que eu ler sobre ou ouvir falar. Essa não é

⁵⁰ Do original: “[...] a series of happy accidents that put the format in the right place at the right time”.

uma questão satisfação instantânea *versus* gratificação atrasada; no entanto, antes do advento do MP3 e da Internet, eu simplesmente nunca fui capaz de ouvir muito da música sobre a qual eu ouvia falar (KATZ, 2004, p. 166).⁵¹

Assim, o advento do formato MP3 representou um aumento na possibilidade de alcance da música para os mais diversos ouvintes. No entanto, é um formato que carrega uma ambiguidade, está ao mesmo tempo dentro e fora das relações de mercado. Músicas são diariamente baixadas e compartilhadas na internet sem nenhum pagamento de direitos autorais ou taxas de *download*; porém, o mercado de vendas de MP3 tornou-se forte, tendo empresas multinacionais como os grandes canais de venda (STERNE, 2012).

E as redes sociais? Como os usuários da rede se relacionam com a música já virtualizada e comprimida em formato MP3 presente nas redes sociais?

2.3.2 Música nas redes sociais

As redes sociais aproximam autores e ouvintes da cultura DJ. Conforme Boyd e Ellison (2007), as redes sociais são serviços de internet que permitem aos usuários a: *i*) montar um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema conectado; *ii*) articular uma lista de outros usuários com os quais eles dividem uma conexão; e *iii*) ver e atravessar a sua lista de conexões e aquelas feitas pelos outros dentro do sistema. Essas redes são hoje mais um instrumento de divulgação e compartilhamento de música na internet.

Nelas, produtores e consumidores criam diversas cadeias de pessoas interessadas em música. Os DJs “utilizam as redes para pesquisa, divulgação e *feedback* de suas produções, fomentam a cena presencial e divulgam seu trabalho, seja como produtores ou como DJ” (VAZQUEZ, 2001, p. 130). Já para ouvintes,

os perfis *online* em redes de relacionamento têm se mostrado eficientes e vigilantes no sentido de constituição de um banco de

⁵¹ Do original: “*The clearest change that digital and networking technologies have introduced is the possibility of an unprecedented and unparalleled accessibility to music. This new accessibility may be understood in terms of speed, ease, and breadth. [...] The same accessibility also allows me to listen almost instantly to music I read or hear about. This is not a matter of instant versus delayed gratification, however, for before the advent of MP3s and the Internet I was simply never able to hear much of the music I heard about.*”.

dados de consumo, de memória musical, de organização social em torno da música, de crítica musical e classificação de gêneros, de constituição de reputação de conhecimento sobre o assunto (AMARAL, 2009b, p. 149).

Outra característica que a define é o fato de a rede social, além de possibilitar que indivíduos entrem em contato com estranhos, permitir que os usuários articulem e façam visíveis suas conexões sociais. Esse fato resulta em um contato que não seria feito em outra situação, senão por esse meio. Outra característica é a criação dos sistemas de recomendação musical: os perfis indicam e recebem diversas indicações; assim, as “boas” indicações são relacionadas aos perfis, criando uma rede de sugestões musicais (AMARAL, 2009b, p. 149).

As redes sociais voltadas para música aparecem como uma solução para a divulgação da produção dessa cultura. Por meio dela, ouvintes e autores interagem e montam suas redes de contatos e trocam tanto conteúdos musicais como música. Os usuários dessas redes sociais podem ser entendidos como grupos sociais que emergem da rede e desenvolvem discussões e ideias públicas durante um tempo notável, o que mobiliza sentimentos humanos necessários para formar redes de relacionamentos pessoais no ciberespaço (GARRIDO, 2005).

2.3.3 Música nos selos virtuais

Os selos virtuais representam uma alternativa de circulação para música feita e consumida por internautas. Funcionam como gravadoras, porém virtualizadas, e estão conectados às redes sociais. Têm as funções de: *i*) ouvir e selecionar demos enviados; *ii*) masterizar as faixas musicais; *iii*) fazer as capas dos discos (*art-work*), *iv*) enviar para o distribuidor; e *v*) cuidar da divulgação do lançamento⁵². É nos selos virtuais que nota-se claramente a questão da virtualidade. Em relação às gravadoras consolidadas na indústria do século XX, o selo virtual desmaterializa os papéis e funções daquilo que antes eram várias pessoas em diferentes lugares físicos (no estúdio, no escritórios, nas lojas de discos, etc.) e as substitui pelas interações feitas no ciberespaço.

⁵² Conforme os DJs entrevistados. Mais detalhes no capítulo seguinte.



Figura 10. Sites de dois selos virtuais de Brasília. À esquerda, Crunchy Music, de Komka. À direita, INminimax, de Gabriel Boni. Nos sites estão catalogados os lançamentos, os artistas e demais informações, incluindo o contato para recebimento de demos para apreciação. Fonte: <<http://www.crunchymusic.com/>> e <<http://inminimax.com/>>.

O selo virtual é a contrapartida comercial dessa cultura. Em meio a uma cultura permeada pela virtualidade, que inclui o compartilhamento ilegal de arquivos digitais, e por novas ferramentas de composição, são nos selos virtuais que se concentram as vendas de música dos DJs. É o meio pelo qual o DJ consegue fazer circular suas produções e receber pela venda de suas composições.

Conforme os DJs, a compra de música na internet significa o meio oficial de conseguir músicas. Especialmente do caso dos DJs – para quem a qualidade do arquivo para a execução pública em festas é importante – ir a lojas virtuais em busca de lançamentos dos diversos selos virtuais que existem atualmente é um trabalho constante e cotidiano. Geralmente, a música comprada é em formato MP3 em 320 KBPS, um arquivo de áudio comprimido em formato em MP3 de boa qualidade. A diferença de qualidade de som entre o formato padrão de áudio digital presente nos CDs, o formato WAV, e o MP3 320 KBPS é praticamente imperceptível ao ouvido humano. No entanto, o formato WAV também é disponibilizado por algumas lojas virtuais e comprado pelos DJs, por um preço mais caro.

Sobre as novas relações de troca e venda envolvendo o MP3 no ciberespaço, Sterne (2012, p. 184-226) indica que as ideias tradicionais de troca e venda de mercadorias no capitalismo não são suficientes para dar conta do fenômeno da disseminação musical do MP3, atualmente o principal formato veiculado nas lojas virtuais e nas redes sociais. Pela grande troca de arquivos sem um custo direto (mas que precisa de um aparato tecnológico para funcionar, ou seja, luz, computador, internet, etc.) e pelas vendas em formatos virtuais, o processo de compra tradicional (cliente–dinheiro–mercadoria) tornou-se diferente.

Nesse contexto, o processo de venda de arquivo de música de boa qualidade (considerado pelos DJs como o “original”) acontece. E, com as vendas de suas produções musicais, DJs esperam lucrar. No entanto, a disponibilização de algumas produções nas redes sociais de música e o compartilhamento “ilegal” convivem com o caráter comercial dos selos. Dessa forma, são processos que andam juntos, sendo um impulsionado pelo outro. No capítulo seguinte, encontram-se mais detalhes sobre as atividades dos selos virtuais e os caminhos para disponibilização da música nas lojas virtuais.

2.3.4 O conceito de ouvinte ativo e o consumo no ciberespaço

A ideia de ouvinte ativo surge ao passo que novas tecnologias de reprodução do som foram manuseadas pelos que, anteriormente, eram meros consumidores de música. Atualmente, a prática da escuta musical tem como pressuposto a possibilidade de controle, por parte do ouvinte, de diversos parâmetros musicais, como, por exemplo, andamento, equalização, reversão, filtragem, etc. Oswald (1985) descreve, “meu sistema de som tem um mixer [...], uma pick-up de velocidade infinitamente variável, filtros, reverse, e um par de orelhas”. “Um ouvinte ativo pode acelerar um pedaço de música a fim de perceber mais claramente a sua macroestrutura, ou retardá-lo para ouvir articulação e detalhes com mais precisão”⁵³. Essa possibilidade de manipulação de tudo aquilo que se ouve se amplia se pensarmos no contexto das mídias digitais.

⁵³ Do original: “*My listening system has a mixer [...], an infinitely variable speed turntable, filters, reverse capability, and a pair of ears. An active listener might speed up a piece of music in order to perceive more clearly its macrostructure, or slow it down to hear articulation and detail more precisely*”.

Afinal, “a obra virtual é ‘aberta’ por construção. Cada atualização nos revela um novo aspecto” (LÉVY, 1999, p. 136).

Gleen Gould, na década de 1960, pensava diferentes relações do ouvinte com as gravações consumidas. Em seu texto *The Prospects of Recording*, afirma que, naquela época, começava a se consolidar um ouvinte mais participante na experiência musical, associado com práticas, gostos e tendências no contexto da indústria musical da época. O autor destaca que, na década de 1920, o ouvinte podia apenas ligar ou desligar o equipamento de reprodução sonora, talvez conseguisse ajustar um pouco o volume (GOULD, 2004). Quando publica esse texto, em 1966, Gould afirma que há outros parâmetros que o ouvinte já podia controlar.

Conforme González (2001, trad. minha),

No consumo musical atual se encontram amplos espaços de liberdade que chegam até o próprio campo criativo/performativo. A capacidade do ouvinte do século XX de modificar a dinâmica, o volume, a equalização, a espacialidade e a temporalidade da música, junto com a livre ordenação narrativa do disco, constitui um amplo campo de estudo da transformação da obra a partir de seu consumo.⁵⁴

No ciberespaço, o ouvinte ativo tem uma série de artifícios para exercitar uma escuta cada vez mais especializada. Nesse contexto, o ouvinte de música que usa a internet como fonte de aquisição de repertório musical torna-se também um *downloader*, aquele que baixa arquivos do ciberespaço, um tipo diferente de consumidor para um tipo diferente de produtor (um produtor virtualizado). Dessa forma, novas relações com a música acontecem: muda-se o ato antes estabelecido da escuta por meio das rádios ou dos discos.

No entanto, *downloaders* podem decidir como agrupar canções com base em seus próprios critérios. Por exemplo, eu tenho várias listas de reprodução em *MP3 player* do meu computador: as músicas 12-bar

⁵⁴ Do original: “*En el consumo musical actual se encuentran amplios espacios de libertad que llegan hasta el propio campo creativo/performativo. La capacidad del auditor del siglo XX de modificar la dinámica, el volumen, la ecualización, la espacialidad y la temporalidad de la música, junto a la libre ordenación narrativa del disco, constituye un amplio campo de estudio de la transformación de la obra desde su consumo*”.

blues, obras que eu uso em minhas aulas, a música que minha esposa gosta e assim por diante. Essas músicas não precisam ficar no computador, eu posso queimar essas listas de reprodução em CDs para criar compilações personalizadas, que podem, por sua vez, gerar uma forma própria. [...] *Downloaders* podem até ir mais longe e alterar o próprio som de seus MP3s. Vários *softwares*, muitos disponíveis gratuitamente na Internet, permitem aos usuários mudar o *pitch* ou tempo, adicionar ou subtrair camadas musicais, sons, efeito reverse, ajustar frequências e muito mais. Em outras palavras, os ouvintes podem se tornar engenheiros de som amadores, até mesmo compositores (KATZ, 2004, p. 169).⁵⁵

Neste trabalho, considera-se o DJ como ouvinte ativo. As suas atividades musicais diárias, como observou Vazquez (2011, p. 129), envolvem o compartilhamento de arquivos em blogs, lojas virtuais, etc. Assim, os produtores disseminam informação, pesquisam e apreciam música eletrônica no ciberespaço. O estar na rede – pesquisando e procurando música, estando disponível para contatos e *feedbacks* – é o meio, e também um pré-requisito, por meio do qual DJs adquirem e ampliam o seu repertório musical.

2.4 Novas tecnologias, novos autores

Neste capítulo, observou-se o conceito de inovação tecnológica segundo a sociologia da tecnologia, que considera que a formação de uma tecnologia, da sua criação até seu uso cotidiano, e as dinâmicas entre os conceitos de autor/ouvinte de música. Cada manifestação musical e cada contexto apresenta uma forma de lidar, ou não, com esse conceito. Ademais, a evolução tecnológica dos meios de produção musical na era digital

⁵⁵ Do original: “*Yet downloaders can decide how to group songs based on their own criteria. For example, I have numerous playlists on my computer’s MP3 player: twelve-bar blues songs, works that I use in my classes, music my wife likes, and so on. These need not stay on the computer; I can “burn” these playlists onto CDs to create personalized compilations, which may in turn generate their own gestalt. As is clear from survey results, burning CD compilations is a common adjunct to downloading. [...] Downloaders can even go further and alter the very sound of their MP3s. Various software programs, many available free on the Internet, allow users to change pitch or tempo, add or subtract musical layers, reverse sounds, tweak frequencies, and much more. In other words, listeners can become amateur sound engineers, even composers*”.

tornou possível novos comportamentos musicais em relação à criação feita por meio do computador.

O Quadro 2 a seguir contém um resumo das inovações tecnológicas na música e as mudanças nos papéis de autor e ouvinte envolvidos nas inovações tecnológicas.

Quadro 2. Resumo das inovações tecnológicas e seu impacto nos paradigmas de autor e ouvinte

Inovação tecnológica em música	Mudanças nos paradigmas de autor/ouvinte
Notação musical	Legitimação da autoridade do autor, de caráter individualizado.
Pianola	A consolidação da indústria do piano e a busca por novos mercados, possibilitando a fabricação em escala industrial do piano tocável pelo usuário não especializado.
Sintetizador Moog	A consolidação da indústria dos sintetizadores que uniu as inovações e experimentações timbrísticas e de texturas ao sistema temperado ocidental: conectando o experimentalismo à música erudita e popular.
Computador como ferramenta de criação (DAWs)	Resumiu o estúdio de gravação em <i>softwares</i> com interface amigável, disponibilizando as ferramentas de composição e gravação musical por usuários não especializados.
Advento do formato digital MP3	O formato comprimido do MP3 facilitou a circulação de música, legal e ilegalmente, entre usuários da internet. Ao ampliar o universo de sons disponíveis aos ouvintes, levou-os a novas práticas de coleção, seleção e arquivamento de repertório musical em formato digital.
Ciberespaço como meio de circulação	Independentizou a circulação, antes gerenciada pelas gravadoras. A internet aproximou ouvintes e autores e se apresenta tanto como uma solução de divulgação na internet quanto o meio de comercialização de música.

Ao entender o conceito de “inovação tecnológica” e observar os estudos sobre essas inovações na música pelo ponto de vista da sociologia da tecnologia, observa-se como o percurso de mudanças das tecnologias da música que dão suporte a prática musical dos DJs sofreram diversas pressões sociais, históricas e econômicas: pressões que agiam de

forma semelhante aos conceitos de autoria e ao papel do ouvinte em relação à música consumida e apreciada.

O Quadro 3, a seguir, destaca as mudanças relevantes que ocorreram na atual cultura DJ, conforme a literatura pesquisada, e que contextos sociais influenciaram essas mudanças.

Quadro 3. Novas formas de produção, circulação e consumo na cultura DJ virtualizada

	Mudanças	Pressões
Produção	Produzir música é consumir tecnologia. O computador é a ferramenta de criação. Sons previamente gravados são a matéria-prima da composição.	Tendências mercadológicas e necessidades musicais almejando interfaces de criação musical amigáveis, permitindo a utilização por não profissionais e ampliando o mercado consumidor de tecnologias musicais.
Circulação	DJs que compõem a música assumem os papéis de produtor, engenheiro e divulgador de seu trabalho. Venda é feita em lojas virtuais e divulgada via redes sociais de música. Downloads “não permitidos” acontecem paralelamente ao mercado oficial.	A saturação do mercado musical controlado por grandes empresas sofre o impacto do compartilhamento de música na internet; assim, soluções para manter relações comerciais no ciberespaço emergem.
Consumo	Ouvintes e autores se aproximam nas redes sociais. Ouvintes tornam-se ouvintes ativos.	Ouvintes tornam-se <i>downloaders</i> , relacionando a prática de escuta musical ao acesso e permanência no ciberespaço.

Neste capítulo, observa-se o percurso contínuo em direção à consolidação de interfaces amigáveis, nas quais o usuário precisa de pouco ou nenhum conhecimento específico para manipular as tecnologias produtoras e reprodutoras de som. Atualmente, *piano roll*, sintetizadores Moog, a lógica de funcionamento dos gravadores, tanto de fita quanto o ADAT, sequenciadores e instrumentos virtuais estão disponíveis em um computador, situação possibilitada tanto pelo desenvolvimento de uma indústria vinculada a essas práticas musicais quanto pelas necessidades musicais do final do século XX.

Conclui-se, ao observar o contexto musical da cultura DJ, que os diferentes paradigmas de autoria (e sua reinvenção e legitimação) e a constante produção de inovações tecnológicas das mídias relacionadas a produção musical estão intimamente ligados. A emergência da cultura DJ e seus diferentes paradigmas e papéis de autor e ouvinte foram,

então, uma “necessidade musical” do momento, que, conseqüentemente, criou uma demanda pela crescente indústria de meios de reprodução de música de interface amigável. Neste capítulo, observou-se o percurso da invenção à consolidação de algumas inovações tecnológicas na música. O caso do computador tornar-se um estúdio de gravação e criação, caracterizado por uma interface de fácil manuseio, permitindo a criação intuitiva, é de fundamental importância para o entendimento dos novos paradigmas de produção, circulação e consumo da música na cultura DJ; tema do capítulo a seguir.

CAPÍTULO 3 – PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E CONSUMO DA MÚSICA NA CULTURA DJ EM BRASÍLIA

Este capítulo é fruto da observação etnográfica no estúdio caseiro e no ciberespaço das atividades cotidianas de produção, circulação e consumo musical de três DJs de Brasília. A observação, com base nos objetivos da pesquisa, se concentra nos fenômenos musicais que rearranjam os papéis de autor e ouvinte se comparados com o paradigma consolidado pela indústria musical ao longo do século XX, são eles: o uso do computador e de sons previamente gravados como ferramenta de composição; interações entre autores e ouvintes na rede social de música Soundcloud; e as novas relações do ouvinte, no caso os DJs, com a música consumida em formato virtual, caracterizado como ouvinte ativo.

Em um primeiro momento, observa-se se a composição musical usando materiais previamente gravados, como *samples* e *loops*, unidos ao uso do computador não apenas como um meio de finalização e gravação, mas como um instrumento musical em si mesmo, relativiza os valores ligados a autoria musical mencionadas no capítulo anterior.

Em seguida, lançando mão da metodologia da etnografia virtual, observa-se as conversas mediadas por computador (CMCs) entre autores e ouvintes na rede social de música Soundcloud (a mais usada, conforme afirmaram os interlocutores) para determinar se novas relações são criadas entre autor e ouvinte no ciberespaço. Nesse sentido, reflete-se sobre de que maneira a distância estética e social que separavam compositor e ouvinte apresenta-se, como vê-se neste capítulo, mais curta.

E, finalmente, foca-se em como os DJs interlocutores passam a exercer no seu cotidiano atividades que se aproximam ao conceito de ouvinte ativo presente na literatura.

Os interlocutores desta etnografia se identificam, musicalmente, com a “*urban dance music*” (música de pista urbana). Ou seja, dentro os diversos gêneros compilados no Quadro 1 deste trabalho, esses DJs estão mais ligados ao *house* e ao *techno*. Conforme Bennett (2000, p. 73), é a manifestação musical que se desligou de suas conotações *disco* e *mainstream* e elevou-se ao *status* de “música séria” e atualmente relativiza conceitos de autenticidade, assim como faziam o rock progressivo e o punk nos anos 1970.

Os três DJs começaram sua atividade musical em Brasília. Fazem parte de uma recente história da consolidação dessa prática musical na capital do Brasil. Começaram na primeira década dos anos 2000 e suas atividades consistem em produzir suas próprias músicas e *sets*, fazer circular e divulgar sua música no mercado essencialmente virtual, por meio dos selos virtuais, e também consumir música, pesquisando e acumulando uma biblioteca constantemente atualizada dos últimos lançamentos.

Dessa forma, por possuírem esse perfil de DJs que, além de exercerem uma atividade performática como tal, também produzem (ou seja, compõem) e fazem circular sua música. Eles são sua própria gravadora. Em suas biografias disponíveis na rede social de música Soundcloud, os três DJs afirmam a realização dessa atividade⁵⁶.

Allan Villar (21) é o dono do selo Villar Village.

Ele [Komka] é o responsável pelo selo musical Crunchy Music.

[Gabriel Boni] tem experiência e bom gosto para produzir seu trabalho junto com a iNminimax Rec., um selo independente de minimal, techno e house.

Observa-se agora, com base nos dados gerados pela pesquisa etnográfica e entrevista semiestruturada⁵⁷, se há novos paradigmas de produção, circulação e consumo da música na cultura musical dos DJs interlocutores.

3.1 Novos paradigmas de produção

Nesse tópico, investiga-se quais as relações entre as novas ferramentas de criação musical da cultura DJ e os novos papéis que são atribuídos ao autores musicais dessa cultura. Seus autores, os DJs, compõem suas próprias faixas musicais e trabalham na

⁵⁶ As biografias e o conteúdo nos sites dos DJs estão sempre em inglês, indicando a intensão de um alcance internacional de circulação de suas produções. A seguir os textos não traduzidos, na forma que constam em suas páginas na rede social Soundcloud: “*Allan Villar (21) is the owner of the label Villar Village.*” “*He [Komka] is the on setter of the Crunchy Music label.*” “[Gabriel Boni] *got experience and taste for produce your work with iNminimax rec. a independent label of minimal , techno & house.*”

⁵⁷ Infelizmente, não foi possível entrevistar o DJ Gabriel Boni, que estava em um ritmo acelerado de performances e viagens, incluindo uma turnê na Europa.

seleção e na mixagem de músicas em festas. Assim, observa-se como se dá a produção musical desses DJs.

3.1.1 A criação musical com materiais previamente gravados (*samples*)

O uso do *sample* como ferramenta composição, que consiste na utilização de materiais previamente gravados para a criação de uma “nova” obra musical, está ligada ao próprio surgimento das invenções técnicas de reprodução sonora dos séculos XIX e XX (WELCH; BURT, 1994; MILLER, 2004). O desenvolvimento desses meios, dos primeiros gramofones às fitas magnéticas, viabilizaram inicialmente essa prática, que já nessa época indicava a possibilidade de utilização dos meios técnicos de reprodução como ferramenta de criação (BENJAMIN, 1983; GOULD, 2004).

Nessa prática, então, desenvolvem-se novas questões éticas relativas à criação musical, que pode ser interpretada tanto como uma outra forma de criação – uma possibilidade de releitura da nossa cultura de massa – quanto um ato de pirataria (OSWALD, 1985; CUTLER, 2004). Essas questões têm relação com a subversão da entidade do autor (GALAS, 2012b).

O advento das tecnologias digitais e a consolidação da internet como meio de suporte para boa parte dessas atividades instauram outro contexto no que se refere a essa prática. A música, da condição de objeto e mercadoria (ADORNO, 1983), transforma-se em informação, que, pela sua própria natureza, é mais maleável, flexível e passível de manipulação. Afinal, no processo de digitalização de áudio, o sinal armazenado nunca perde a sua qualidade original e pode ser copiado muitas vezes sem nenhuma mudança audível (MUMMA; RYE; KERNFELD, 2012).

Os DJs interlocutores assim responderam a pergunta: “Você utiliza *samples*, *presets* e *loops* como matéria-prima para sua produção musical?”:

Sim. Mas eu estou cada vez mais gostando de usar sintetizador, porque eu consigo manipular o som, as automações, deixa a música com uma cara mais própria, diferente. Enfim, mas eu uso sim, *samples*, a Maschine⁵⁸, um pouco de som. E pra bateria eu uso *samples*, isso é fato.

⁵⁸ Controladora MIDI do fabricante Native Instruments. Geralmente usada para a criação de percussões.

Algumas percussões eu uso sintetizador. Loops, menos. Mas já usei, uso de vez em quando (KOMKA, entrevista, 8 abr. 2013).

Uso tudo. Loop não estou usando muito não (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

O uso do *sample* como ferramenta de criação musical nessa cultura representa uma nova forma e um novo paradigma da criação musical na medida em que envolve o exercício da criatividade com base na (re)combinação de sonoridades pré-gravadas e de ferramentas de edição, que nesse contexto estão no computador. A criação torna-se um trabalho de reaproveitamento de sonoridades diversas em busca da criação de algo novo.

No entanto, o objetivo com o qual essas novas formas de criar são usadas mantém alguns dos conceitos comuns à criação artística individualizada mencionada no capítulo anterior. Entre os DJs observados, há um aspecto de *profissionalismo* adquirido com o tempo de dedicação à prática musical e com a prática de fazer suas músicas por meio de produtos musicais *standart*, como sintetizadores analógicos “clássicos”, como o Moog (que Komka usa) e o Mopho (que Allan Villar usa). Ou seja, é por meio do uso de sintetizadores não virtuais, de uma forma particular e individual, que a música adquire uma “cara própria”, como afirmou DJ Komka, um diferencial, um aspecto de unicidade. Esses são fatores sobre os quais os DJs estão atentos.

3.1.1.1 *Samples*, sim; *loops*, menos

Assim, apesar de o reaproveitamento e a modificação constante de sons previamente gravados pelos DJs ser uma prática comum, ao se tratar de “suas composições”, a busca por originalidade e autenticidade aparece, direcionando os DJs a outro caminho, não o da total não total fragmentação do conceito de autoria, mas o da busca por uma criação musical original, feita a partir da sua individualidade, sensibilidade e interação com as tecnologias. Assim, lança-se mão dos recursos tecnológicos e estéticos atuais, disponíveis e pertencentes ao seu universo musical para alcançar esse objetivo, como os sintetizadores.

Isso pode ser observado na entrevista dos DJs, quando eles afirmaram, nas conversas realizadas em seus estúdios caseiros, que os *loops* são por eles atualmente pouco usados.

Os *loops* são partes sequenciadas de música, comercializados com o intuito de servir de base para a composição da música dos DJs. Estes, no entanto, entendem que esse processo pode, sim, levar a uma criação musical sem “uma cara própria”, “uma diferença”.

Nesse sentido, observa-se que as noções de autoria, ao mesmo tempo que baseiam-se em outros parâmetros e outras formas musicais como a da cultura DJ, ainda portam o significado de ser um processo de criação individual, de caráter único. Os *samples* – pedaços menores de sons pré-gravados, geralmente um ataque de percussão ou uma nota de um timbre de sintetizador – são usados sem receios, eles são trabalhados pelos DJs, que têm o intuito de, a partir desse *sample*, criar um som modificado, com “uma cara mais própria”. E os *loops*, pedaços maiores, são deixados de lado.

3.1.2 O uso do computador como ferramenta de composição

Ao serem questionados sobre o computador ser ferramenta de produção musical mais importante, os DJs assim responderam:

Com certeza, com certeza! (KOMKA, entrevista, 8 abr. 2013).

Com certeza! (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

Durante as visitas aos estúdios caseiros do DJs, observou-se que, apesar dos estúdios caseiros serem repletos de outros equipamentos, como controladores MIDI e sintetizadores (digitais e analógicos), o computador é a peça central, responsável por fazer a ligação e conectar todos os outros equipamentos do estúdio. A figura a seguir exemplifica, esquematicamente, os equipamentos que compõem os estúdios caseiros visitados.

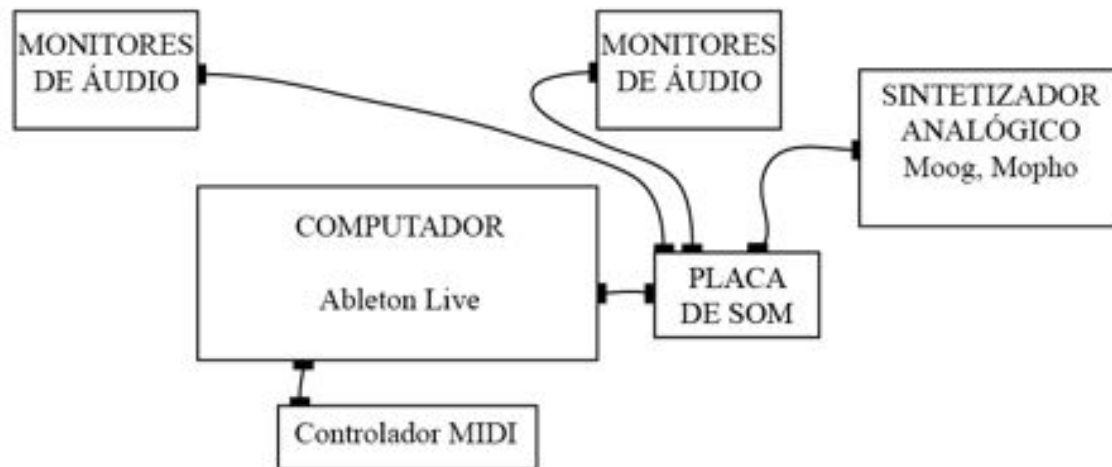


Figura 11. Esquema dos equipamentos que constituem os estúdios caseiros dos DJs interlocutores. Monitores de áudio: caixas de som próprias para a produção musical. Placa de som: interface que processa o áudio. Sintetizadores analógicos: o uso de sonoridades analógicas enriquece o trabalho e a composição musical dos DJs. Computador: peça central do estúdio, nele está o software Ableton Live.

Esse é o ambiente de criação musical dos DJs: computador ao centro, manipulado por controladores MIDI. Placa de som, que processa o áudio com melhor qualidade e conecta outros dispositivos, como sintetizadores, ao computador e, finalmente, as caixas de som, que são monitores de áudio, próprias para a produção musical.

Observa-se aqui o quanto o computador não só é uma importante ferramenta de composição, mas também o meio mais importante. Ele conecta os diversos equipamentos, o que amplia as possibilidades de criação para os DJs.

3.1.2.1 Entendendo a música da cultura DJ

Porém, como é o processo de criação musical dos DJs interlocutores? Para responder a essa pergunta, lança-se mão de uma proposta de transcrição musical como meio para observar a relação entre o uso das novas ferramentas de criação, no caso o computador, e a própria estrutura musical das produções dos DJs. Assim, transcreve-se as faixas musicais mais recentes dos DJs interlocutores a partir do resultado sonoro de suas produções musicais, de modo a revelar visualmente sua estrutura e processo de criação.

Apropria-se aqui das ideias de Brian Eno (2004, p. 129) sobre o processo de composição musical em práticas musicais mediadas por computador. Conforme o autor, o uso do *overdubbing*⁵⁹ como meio de recriar a performance coletiva em estúdio consolidou uma prática de composição musical na qual fazer música era “um processo de adicionar mais e mais”, processo comum no rock dos anos 1970. Surge, então, a composição em estúdio (*in-studio composition*), na qual não se chega no estúdio com uma ideia ou uma peça musical finalizada. Geralmente, tem-se apenas um esqueleto do que será, no estúdio, transformada em peça musical.

No caso nos DJs interlocutores, no qual o estúdio é caseiro, é esse o processo de composição:

Na real eu só sento e a parada vai surgindo, sacou? Começo a tocar alguma coisa, aí emendo com isso, coloco uma percussão, aí é isso. Mas geralmente vem da melodia e tal. Cria uma coisa antes e vai acompanhando isso (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

Nas imagens a seguir, observa-se o quanto é perceptível – em nível da própria música – como esse processo de criação musical mediado principalmente pelo computador está presente na estrutura da criação musical. Utilizou-se a transcrição musical, entendida como “uma ferramenta para auxiliar na compreensão da música do outro, e não um fim em si própria” (RIBEIRO, 2006). A transcrição musical baseou-se em um processo de reconstrução de como ficaria visualmente organizada as músicas em questão no programa de computador no qual foram compostas. Logo, observa-se claramente a característica de uma composição feita com base em um jogo de adição e subtração de diferentes sonoridades (bateria, baixo, sintetizadores, vozes, etc.).

⁵⁹ Técnica de gravação que consiste em adicionar novos sons a uma gravação já anteriormente realizada.



Figura 12. Transcrição da faixa *Quick sleep* do DJ Gabriel Boni. Música a 125 bpm (batimentos por segundo); 209 compassos 4/4; Duração de 6:39 minutos.

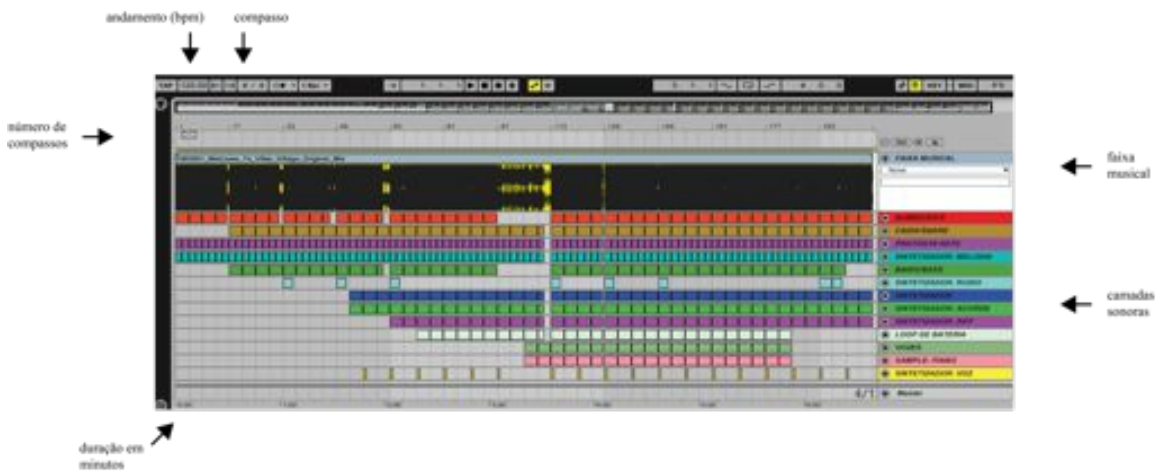


Figura 13. Transcrição da faixa *Welcome to Villar Village* do DJ Allan Villar. Música a 125 bpm (batimentos por segundo); 209 compassos 4/4; Duração de 6:39 minutos.

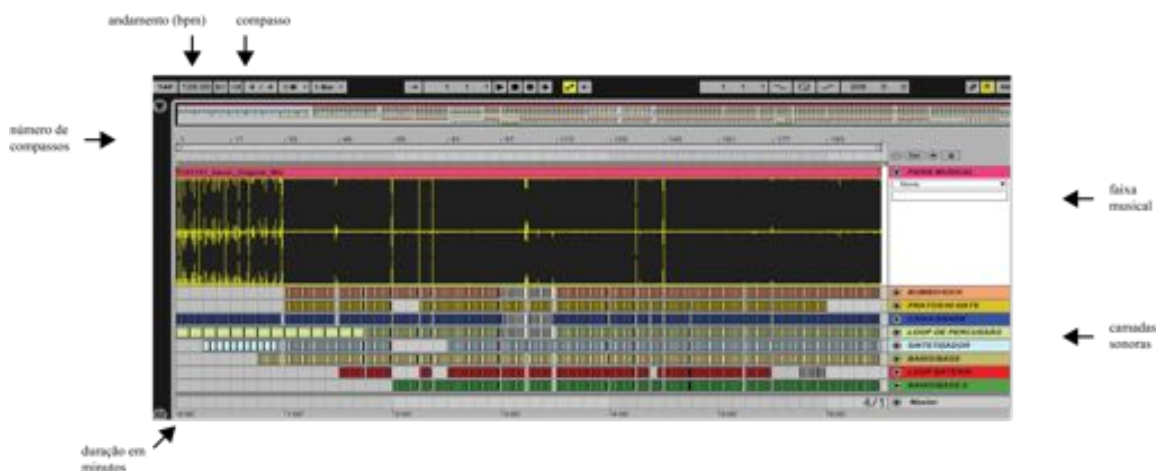


Figura 14. Transcrição da faixa *Raver* do DJ Komka. Música a 128 bpm (batimentos por segundo); 209 compassos 4/4; Duração de 6:31 minutos.

A criação musical acontece por meio de um jogo de sobreposições, envolvendo tanto a adição quanto a subtração de camadas sonoras (sejam estas percussões, melodias, vozes, etc.) que sempre acontecem em forma de repetição, de *loop*, repetem-se em diferentes intervalos de tempo. Nessas músicas, como representado graficamente, o arranjo de bateria, que se mantém em toda a faixa, é sobreposto por uma melodia de baixo em *ostinato*⁶⁰. Vozes e outros ruídos acontecem ao longo da música, mas ocorrem também em repetição (por exemplo, a cada oito compassos), dialogando com o que já estava tocando ou com aquilo que logo vai entrar.

Nenhuma palavra pode ser claramente ouvida. As vozes são ruídos, pequenas sílabas cortadas e modificadas. A faixa musical é construída de modo a possuir uma base constante de bateria e baixo, enriquecida com diferentes elementos, como *riffs* de sintetizadores, ruídos percussivos, *loops* e *samples*. Esses diversos elementos ficam em um constante jogo de entra e sai, são ferramentas para “captura de movimento”, recursos sonoros que têm o propósito de induzir ao movimento se ouvidas em uma pista de dança (FERREIRA, 2008b)⁶¹.

⁶⁰ Uma frase ou um ritmo musical continuamente repetido.

⁶¹ “*Breakbeat science*, segundo me parece, é quando Grandmaster Flash e DJ Kool Herc e todos aqueles caras isolam o *breakbeat*, quando eles literalmente vão para o ponto do disco no qual a melodia e a harmonia são suprimidas e as batidas da bateria e do baixo vêm para o primeiro plano. Ao isolarem isso, eles ligaram um tipo de eletricidade, tornando a batida portátil, extraíndo a batida. Eu chamo isso de captura do movimento [*motion capturing*]” (ESHUN, 1999 apud FERREIRA, 2008b).

Ao final do processo de transcrição, algumas “coincidências” chamam atenção. As três faixas musicais, cada uma sendo uma produção individual dos DJ, além de um andamento similar, na faixa de 125 a 128 bpm, possuem o mesmo número de compassos. As três músicas em questão possuem um “*break*”, uma pausa na qual elementos como a bateria saem, criando uma sonoridade menos dançante, geralmente menos ritmada, que prepara para o retorno da bateria que estava em pausa, novamente, convidando o ouvinte a movimentar-se. Essa pausa, ou *break*, acontece no meio da faixa musical: nos três exemplos, acontecem entre os compassos 97 e 113.

Com base nessa constatação, observa-se a maneira como a estrutura da faixa musical é compartilhada e entendida pelos autores. A estrutura da composição musical, que se apresentou em uma forma bem delineada, inclusive fixa – ou seja, possuindo mesmo número de compassos, andamento similar, compassos com pausa, etc. –, não se apresenta como obstáculo para deixar fluir a individualidade na criação das músicas da cultura DJ. Na verdade, observa-se que há um entendimento mútuo da própria estrutura da música; um conhecimento musical sobre como fazer uma música *house* ou *techno*. E, no entanto, apesar dos métodos e das ferramentas de criação musical serem diferentes daqueles do século anterior, os DJs desejam, com suas músicas, criar algo com uma “cara própria”.

3.2 A música da cultura DJ no ciberespaço: novas formas de consumir e circular música

A música pode tomar vários caminhos em seu percurso de circulação pelo ciberespaço. A produção musical dos DJs observados segue basicamente dois caminhos: ou ela vai para seus perfis na rede social de música Soundcloud, ou segue para um selo virtual, meio pelo qual será comercializada em sites especializados. Neste tópico, observa-se as formas de circulação da música nessa rede social e nos selos virtuais.

3.2.1 Soundcloud: interações entre autores e ouvintes

O Soundcloud é uma rede social, com sede na Alemanha, que ficou disponível em 2007. Hoje, possui mais de 10 milhões usuários, conforme a *newsletter* (boletim informativo) de janeiro de 2012. Essa rede destaca-se pelo limite maior de músicas compartilhadas e

por ser uma interface mais simples e intuitiva – que não contém *chat* e não armazena fotos (somente o avatar). Cria-se uma visualização gráfica de cada faixa compartilhada, na qual é possível fazer comentários e, a partir da “própria música”, interagir com outros ouvintes e produtores.

Neste trabalho, as comunicações mediadas por computador (CMCs), conceituadas no capítulo 1, servirão de *corpus* para a análise. A constante troca de mensagens entre produtores e consumidores de música se apresenta como um fenômeno que se diferencia das relações entre autor e ouvinte presentes no decorrer do desenvolvimento da indústria fonográfica. Essas CMCs são registros espontâneos e cotidianos dos usuários da rede Soundcloud. A sua utilização como dado para a pesquisa possibilita entender quais as novas práticas de cada uma dessas entidades no contexto virtual.



Figura 15. Visualização da página de um dos DJs na rede social de música Soundcloud. Os retângulos indicam, de cima para baixo, a faixa musical compartilhada; os comentários dos ouvintes; números de seguidores e faixas compartilhadas; e contatos. Fonte: <<https://soundcloud.com/gabrielboni>>.

Por exemplo, a seguir tem-se um comentário⁶² de um ouvinte deixado em uma faixa do DJ Gabriel Boni. Apenas um trecho da música está disponibilizada no Soundcloud. No título da música está escrito “*Soon on Acid Fruits*”, ou seja, a música ainda será lançada

⁶² O comentário no site Soundcloud pode ser feito, literalmente, sobre a música. Uma visualização do espectro sonoro da música é criado, funcionando para indicar a que parte da música se refere o comentário. A presença do sinal “@” significa que o comentário feito foi em resposta ao comentário daquele que está a direita do “@”.

pela selo virtual Acid Fruits. O comentário a seguir indica que, nesse contexto, autor e ouvinte estão próximos um do outro, sendo a rede social de música o meio pelo qual ouvinte e autor, literalmente, interagem. O ouvinte pode, então, demonstrar, ou não, interesse na música que ainda será comercializada.

Carlos Alberto Santos: Curti demais o som Boni. quando sai no BP [Beatport, site de venda de música]?

Gabriel Boni @carlos-alberto-santos: Brigado Carlos, sai em agosto na compilação especial de verão que estamos fazendo para Acid Fruits !!! absss,vlw d +

Carlos Alberto Santos @gabrielboni: Porra cara , Obrigado pela info. Estou no aguardo da Compilação , Nós Irmão .⁶³

Como observa-se no comentário, o ouvinte tem outra relação com o material musical. Ele, ao pensar de ter tido acesso a faixa antes mesmo dela virar um lançamento comercial, não está satisfeito, deseja obtê-la em formato completo e em boa qualidade (características de uma faixa comprada no site Beatport, a que o ouvinte fez referência). O ouvinte agradece, “Obrigado pela info”: informação fornecida pelo próprio autor da música.

Observa-se que, nesse exemplo, novas práticas acontecem. O autor disponibiliza sua faixa (ou parte dela) justamente para cativar e aproximar o público, que tem uma certa liberdade para, se assim quiser, entrar em contato com o autor para que este, em forma de perfil pessoal, interaja, dando detalhes sobre a composição, sobre o lançamento comercial, etc. Logo, o ouvinte, anteriormente cristalizado na posição mais baixa da pirâmide de produção musical, age em busca da música que lhe interessa.

A seguir, tem-se outro exemplo de comentário deixado pelo ouvinte no Soundcloud, porém, o comentário foi feito em um *set* gravado pelo DJ Komka, uma seleção contínua de música que o próprio autor denominou de *Club Vibe*, apontando sua intenção de compilar uma série de músicas que se enquadram em uma linha da vibração da pista de dança de um clube.

⁶³ Disponível em: <<https://soundcloud.com/gabrielboni/gabriel-boni-ramon-r-missing/comments>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

Junintech: Que som é esse Komka? finodemais!

RenatoVera @junintech: Victor Ruiz.

Fábio Floriano: Sensacional⁶⁴

Nesse comentário, observa-se que a rede social conecta não só autores e ouvintes, mas ouvintes de interesse mútuo. É interessante observar como o *set* disponibilizado pelo DJ é o meio que possibilita a três diferentes ouvintes (Junintech, RenatoVera e Fábio Floriano) se conectarem em busca da informação desejada. A pergunta foi direcionada ao próprio DJ (“Que som é esse Komka?”); no entanto, o DJ, aquele que compilou, montou, gravou e compartilhou o *set*, nem precisou responder. Ouvintes interagem para sanar dúvidas e curiosidades um do outro, podendo identificar sons que caracterizam alguns sintetizadores, tipos de efeitos utilizados nas composições e, como o exemplo indica, quem é o produtor da música inclusa na seleção feita pelo DJ.

Embora o Soundcloud possibilite claramente esse contato entre autores e ouvintes, observa-se também que, por exemplo, da maioria dos comentários feitos em uma música compartilhada, poucos têm o retorno do DJ/produtor ou de outros ouvintes. Ainda assim, a rede social Soundcloud é o meio facilitador de contato dos ouvintes com a música e com o próprio artista e, de certa forma, apresenta um caráter interativo, no qual ouvinte e autor podem trocar comentários e opiniões. Ademais, ele também serve como um importante meio de divulgação, com o objetivo de o ouvinte conhecer o artista e comprar sua música.

Por um lado, a rede social, apesar de levar ao acesso, geralmente não dispõe o trabalho completo, assumindo o papel de meio de divulgação, que consolida o interesse comercial do ouvinte, que pode partir para a compra no site virtual de venda de música. Por outro, no Soundcloud, os artistas criam conteúdos que, algumas das vezes, são exclusivos ao perfil do artista, o que cria um caminho de ida e volta tanto na loja virtual de música quanto no perfil da rede para se ter acesso completo ao trabalho do DJ disponível na internet. Exemplos disso são gravações de *lives* ou *sets*, são formatos geralmente não comercializáveis pelas gravadoras, mas que atraem o interesse dos ouvintes que queiram conhecer um pouco da performance do DJ.

⁶⁴ Disponível em: <<https://soundcloud.com/komka/dj-set-club-vibe/comments>>. Acesso em: 21 fev. 2013.

Ao observar a perspectiva do ouvinte, para que este tenha acesso total ao conteúdo musical veiculado pelos DJs interlocutores, é preciso fazer um caminho de mão dupla: ir tanto nas lojas virtuais de música, o meio que se consegue um arquivo de boa qualidade e totalmente finalizado, quanto ir na rede social, local onde se consegue mais conteúdos textuais, músicas ainda não lançadas, gravações ao vivo e de estúdio, etc.

3.2.2 Os selos virtuais

Atualmente, os selos virtuais ocupam o papel das gravadoras, porém, em um contexto virtualizado.

O selo virtual de Allan Villar – Villar Village (VV) – apresenta-se como

VV is a new project from Brazil dedicated to explore weird sonorities within deep funky house and minimal techno. The label is looking for Producers and DJs worldwide, Interested in collaborating.⁶⁵

O selo de Komka, Crunchy Music,

Crunchy Music started its activities on june, 2008, and is dedicated to electro, house and techno, focused on our local scene, but always looking for good music around the world.⁶⁶

Inminimax, selo de Gabriel Boni,

iNminimax records is a Brazilian Minimal House Label focused on the underground style of the new tendencies of electronic Music. Distributed by Total Wipes Music group - Italy, we are distributing our music on Beatport.com and the other best stores.⁶⁷

Observa-se nas descrições de cada um dos selos virtuais disponíveis na rede que este serve tanto para lançar suas próprias composições quanto para incluir outros DJs cujo som se identifique com o conceito musical desenvolvido pelo selo. No entanto, fica a

⁶⁵ Disponível em: <<http://www.facebook.com/villarvillage>> Acesso em: 17 mar. 2013.

⁶⁶ Disponível em: <<http://www.crunchymusic.com/index.php?page=senddemo>> Acesso em: 17 mar. 2013.

⁶⁷ Disponível em: <<http://inminimax.com/>>. Acesso em: 17 mar. 2013.

pergunta: como funciona um selo virtual? Trata-se de uma gravadora que não existe fisicamente, sem empregados, endereço fixo? Como se distribui, então, a música?

Para responder a esses questionamentos, observa-se inicialmente as principais funções de uma gravadora, compiladas por Oliveira (2010, p. 44), a que a literatura se refere:

custear as sessões de gravação, financiando a produção do álbum; fabricar os produtos resultantes (CDs, DVDs, etc.); distribuir fisicamente e comercializar CDs e DVDs; promover os artistas e lançamentos da empresa por meio de campanhas e estratégias de *marketing*; proporcionar adiantamentos em dinheiro e recursos para gastos com turnês, vídeos, roupas, alimentação e transporte, etc.; prover aconselhamento aos artistas, nas gravações e no estabelecimento, direcionamento e manutenção da carreira; cuidar da contabilidade, proteção jurídica de seus artistas e de todos os elementos que envolvam a carreira dos mesmos de modo a preservar o patrimônio e o investimento.

Os selos virtuais pesquisados, se comparado às gravadoras, têm funções completamente diferentes. O custo do processo de gravação é pago pelo próprio artista, ele entrega a faixa musical pronta para o selo, porém ainda não masterizada. No caso da cultura DJ, o processo de gravação em si é diferenciado. Gravar uma música na verdade significa, como visto anteriormente, sequenciá-la no computador. Boa parte dos elementos que serviram de matéria-prima para criação são *samples* pré-gravados. Logo, não há o custeio em pagamento de horas de estúdio, técnicos, refeições, etc. Afinal, as músicas são produzidas nos estúdios caseiros dos DJs. A fabricação dos produtos resultantes, como CDs e DVDs, praticamente não acontece. O material é veiculado principalmente em formato digital pela internet.

Depois de finalizada, a faixa pode ser submetida à apreciação de diversos selos virtuais, que estão disponíveis para ouvir as assim denominadas *demos*. Se aprovado o lançamento – que pode ser uma faixa musical que entrará em uma compilação lançando vários DJs,

um EP⁶⁸, um álbum completo ou apenas um *remix* de uma faixa de outro artista – o selo envia o material para um distribuidor, que envia para as lojas virtuais de compra de música. A principal loja utilizada pelos DJs interlocutores é o Beatport.

Cópias físicas são feitas em pequenas quantidades, geralmente distribuídas em lançamentos e festas, conforme o exemplo a seguir.

[...] E para esse lançamento, realizaremos uma festa em um dos lugares mais tradicionais da cena eletrônica de Brasília - o Club 904. Nesse mesmo dia será lançada no Beatport, e demais *stores*, a coletânea Sounds Crunchy Vol. 3, que é composta pelos últimos 10 singles lançados pela Crunchy Music. Essa compilação será distribuída em formato físico para as primeiras 200 pessoas que chegarem na festa.⁶⁹

Allan Villar conta que

No primeiro EP da gravadora eu fiz um CD para fazer uma promoção em Brasília. Mais para o povo conhecer o trabalho, porque como era o primeiro disco valia a pena promover (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

As demais atividades de uma gravadora, como dar adiantamentos e cuidar das finanças dos músicos, é reduzida. O selo apenas repassa a porcentagem das faixas vendidas para o DJ. Essa porcentagem entre selo virtual e DJ não é fixa, podendo variar conforme o acordo selado entre artista e selo. Komka resume as funções do selo que coordena:

Eu faço tudo. Eu pego, fecho a música com o artista. Pego a música, mando para masterização, que eu faço na Alemanha, em um estúdio lá, no Schnitzer, um selo em Frankfurt, e depois eles me mandam de volta. Converso com o Giovanni que é o cara que faz toda a parte gráfica. Ele fecha a capa pra mim. Eu junto esse material. Entro no meu distribuidor, que tem um sistema *on-line*, eu faço o cadastro do release lá, coloco

⁶⁸ *Extended Play* (EP): uma gravação musical que contém mais do que um *single* e menos que um LP.

⁶⁹ Texto informando sobre a festa de lançamento do site da Crunchy Music e lançamento da coletânea Sounds Crunchy Vol. 3, ocorrida em 5 de agosto de 2011. Disponível em: <<http://5uinto.blogspot.com.br/2011/11/anuncio-crunchy-music.html>>. Acesso em: 1 abr. 2013.

todas as informações, mando para a distribuidora. E a distribuidora, enfim, bota em todas as lojas (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

Os selos virtuais criam e mantêm uma rede contatos para mandar seus pré-lançamentos, chamados, nessa situação, de *promos*. Os DJs que receberam os *promos* dão um *feedback*, ou seja, mensagens sobre as músicas dos DJs que os produtores deixam uns para os outros na rede, referente às suas produções musicais (VAZQUEZ, 2011, p. 99). Dependendo do quão visível é o DJ que opinou, essa mensagem de texto é usada para ajudar na divulgação dos selos observados, como se observará no tópico mais adiante.

Seguindo a ideia sobre o que significa o processo de virtualização de Lévy (1997) presente no capítulo 1 – ou seja, deslocamento do centro ontológico de uma organização, tornando-se um conjunto de relações mantidas entre seus integrantes mediadas pelas tecnologias digitais e pelo ciberespaço – observa-se que o selo virtual é uma das formas de virtualização da cadeia de criação da música.

Nessa cadeira, há também o distribuidor, que tem a função de fazer a ponte entre os selos digitais e as lojas virtuais de música. Ao cobrar uma porcentagem daquilo que for vendido, o distribuidor digital recebe o material completamente finalizado, incluindo arte de capa, textos e fotos do artista e passa aos sites de vendas. Após a venda, o distribuidor repassa a porcentagem das músicas vendidas ao selo digital. Allan Villar explica como funciona a venda e a divisão dos lucros:

Tipo assim, é dividido o lucro. Vamos supor 100%, ai ele pega os 100%, manda 50% para o Beatport, ai fica 50%, que divide metade para mim e metade para o distribuidor (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

Cada distribuidor tem um alcance diferente, chegando a diferentes sites de venda. O distribuidor digital Total Wipes⁷⁰, distribuidor do selo virtual de Gabriel Boni, por exemplo, leva o lançamento a mais de quarenta lojas virtuais diferentes, entre elas: Beatport, Itunes, Google Play, DJ Tunes, etc.

Logo, é possível resumir a cadeia produção–circulação das músicas dos DJs conforme descrito na imagem a seguir.

⁷⁰ Disponível em: < <https://www.totalwipesmusicgroup.com/>>. Acesso em: 1º set. 2013.

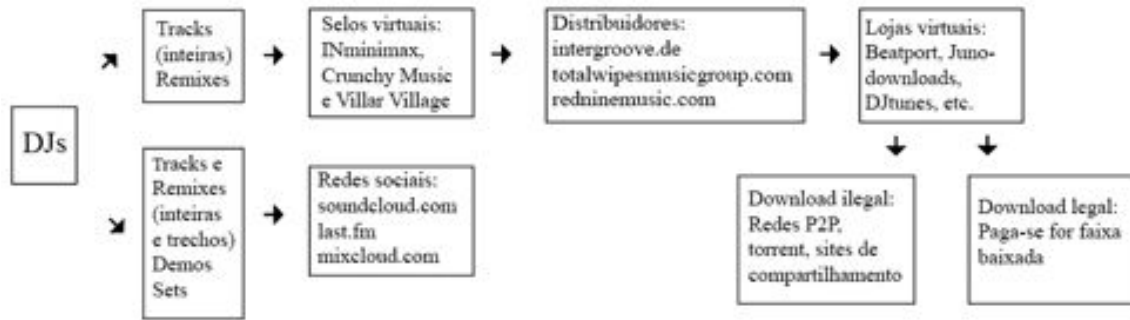


Figura 16. Esquema de circulação da música da cultura DJ. Diferentes caminhos convivem e se complementam.

O caminho da circulação depende do tipo de criação musical. Toda música que um DJ produz, sendo esta uma faixa composta por eles, um *remix*, a gravação de uma performance, trechos, etc., pode de ser compartilhada na rede social Soundcloud. Entretanto, apenas as faixas musicais e *remixes* geralmente são vendidos. As músicas que o selo decide comercializar na internet são mandadas para o distribuidor, que envia às lojas virtuais. Ao chegar nessas lojas, as músicas ganham uma certa visibilidade, o que pode acarretar tanto o *download* legal quanto o ilegal.

3.2.3 Cultura do feedback: mandando *promos* e recebendo *demos*

Feedback, como já visto, é uma mensagem em forma de texto enviada em resposta ao lançamento mandando, contendo a opinião daquele DJ que escutou, em primeira mão, esse pré-lançamento, chamado de *promo*. As *demos* são as faixas musicais submetidas à apreciação do selo virtual para que este decida ou não lançá-lo.

No site do selo de Komka, a parte dos *feedbacks* é bem destacada na lateral direita, o que aponta para a importância da troca de informações entre os DJs, e suas opiniões também entram em um jogo de troca de informações musicais que tentam criar uma divulgação para o selo.

Anderson Noise (Noise Music) “Good stuff!” CRUNCHY030

Matt Walsh (Turbo Recordings) “love this!” CRUNCHY029

Misjah (ReRun) “Nice one!” CRUNCHY029

Renato Cohen (Intec) “Insist sounds nice for me” CRUNCHY031

Pornbugs (Bondage Music) “Nice EP, we will support both tracks!

Obrigado!!!” CRUNCHY027

Nudisco (Great Stuff) “Rmx is nice” CRUNCHY029

Eddy Romero (Alertha) “Love The Classic sounds!!! Elegant Release!”

CRUNCHY030

Flow & Zeo (Tropical Beats) "Great release!!!" CRUNCHY030⁷¹

Na citação acima, observa-se nesta ordem: nome do artista, selo do qual faz parte, seu comentário sobre o lançamento e lançamento ao qual o DJ se refere. Assim, aquele que acessar o site do selo Crunchy Music, verá uma série de outros artistas, de diferentes selos, elogiando o selo em que se está navegando. Essa estratégia agrega valor ao selo virtual e também conecta o ouvinte desse selo a outros artistas e selos, que, por sua vez, deram *feedback*.

Conforme Komka,

Isso é muito importante. É como um cartão de visita do selo. As pessoas que acessam o site e veem que o artista que ele gosta já comentou a música do selo, isso é bacana. É uma estratégia de *marketing* (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

Allan Villar:

Eu estou fazendo aquele esquema do Vip Ultima⁷². Um esquema de promover. Você tem que responder antes pra poder baixar a música. Tem vários cara top. (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

Essa prática de troca de *promos* e de *feedbacks* incentiva a circulação de música, criando conexões entre ouvintes e DJs de interesse musical comum. Nos selos virtuais observados, o esquema de fruição da música está regido por outros paradigmas de circulação musical, que vão além da relação produtor–consumidor consolidada anteriormente.

⁷¹ Disponível em: <<http://www.crunchymusic.com>> Acesso em: 20 mar. 2013.

⁷² “VIP Ultima is a promotion service for music professionals. It is used by record labels, promotion companies, and other professionals in the industry to manage their promo campaigns and get feedback comments from top international DJs and reviewers”. Disponível em: <<http://www.vipultima.com/>>. Acesso em: 18 jun. 2013.

A troca de *feedbacks* entre artistas e selos é um ponto chave no processo de recomendações e criação de uma rede de artistas afiliada a uma rede de ouvintes. Como Komka afirmou, o “*feedback* é um cartão de visita do selo”. Logo, cria-se também um mercado envolvendo o comentário e a apreciação de DJs mais conhecidos para atrair visibilidade para o selo que os DJs interlocutores coordenam.

Existem esses temas de promoção de release na internet, por exemplo, sites que têm uma listagem grande de artistas conhecidos que eles cuidam de mandar o teu release para esses artistas e você pagando pra eles, sei lá, 50 euros pelos serviços. Eu fiz isso, peguei uns *feedbacks* bons, pegava esses *feedbacks* e mandava pro Beatport pra ver se eles davam um destaque pro release (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

Destaca-se, primeiro, que o percurso feito pelo ouvinte para conseguir o material musical que ele deseja é duplo: as redes sociais e as lojas virtuais de música (o meio legal); e os outros diversos modos de *downloads* não permitidos. Assim, há uma convivência de diferentes modos de consumir música: os DJs tanto mantêm uma biblioteca virtual de discos de bandas e outros gêneros musicais – geralmente com discos adquiridos em *downloads* não permitidos – como compram músicas para tocar. Estas, que possuem um caráter de ferramenta para o trabalho de mixagem na pista de dança, é adquirida de fontes confiáveis, as lojas virtuais.

Segundo, devido às diferenças estruturais da própria música, novas formas de trocas musicais emergem no processo de circulação da música da cultura DJ. Postar em redes sociais apenas trechos, como uma amostra grátis do produto finalizado que será disponibilizado nas lojas virtuais, é uma prática comum. Autores disponibilizam apenas trechos nas redes, para o ouvinte “ter uma ideia” – como afirmaram os DJs – da faixa, que pode eventualmente ser comprada nos sites.

3.2.4 A internet e a quantidade “enlouquecida” de informação

Ao observar essa cultura musical, pode-se facilmente idealizar a internet como a solução para a livre circulação de música. Nela, músicas e conteúdos musicais são

compartilhados, copiados, reapropriados, etc. No entanto, a relação entre os DJs e a internet é mais complexa.

Apesar de essa ser um meio de fácil disponibilização de músicas e ser o local onde as músicas são atualmente copiadas e compartilhadas de forma não lícita, DJs querem vender suas músicas e receber pelo seu trabalho artístico, da mesma forma que eles compram músicas de outros DJs nas lojas virtuais. E, para conseguir isso, é preciso o selo virtual ter uma boa visibilidade na rede, para não ficar perdido em meio a grande disponibilidades de música nesse meio. Tem-se então a grande questão: como conseguir uma boa visibilidade na internet?

Azenha (2006), em seu artigo sobre a aparente descentralização da produção, circulação e consumo da música na internet, apresenta a seguinte ideia, coerente com o contexto musical do DJs observados:

Apenas disponibilizar a música na Internet não significa que ela vai ser ouvida e consumida. As chances de sucesso são muito maiores se alguém as coloca em sites particulares que podem aproveitar a Internet como uma forma de criar um tráfego direto para o site de alguém.⁷³

Komka chama atenção sobre o processo de conseguir uma boa visibilidade para o selo.

Tem esse porém da visibilidade que teu selo vai ter, seja você divulgado ele em rede social, fazendo *post*, tornando ele mais conhecido ou você usando de artistas, *remixers* conhecidos pra tornar o selo conhecido (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

E continua, dando um exemplo:

Eu sou um usuário de Beatport, eu tenho minha conta lá, eu tenho meus selos favoritos. Então, quanto mais música eu comprar, mais selos eu vou adicionar e mais selos vão aparecer pra mim. Então, quanto mais o selo tem esses dois, mais ele vende (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

Komka continua sobre seu universo musical, mediado pela internet:

⁷³ Do original: “*Just making music available on the Internet does not mean it will be heard and consumed. Chances of success are much greater if one places music on particular sites and can leverage the Internet in ways that successfully direct traffic to one’s website*”.

Mas, cara, a quantidade é tão enlouquecida de release que eu acho que o Beatport é muito difícil, eles verem todos, ouvirem tudo, então eles vão dar atenção para os maiores. Nesse ponto ainda não consegui chegar, com destaque legal no Beatport (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

Nessa fala, Komka destaca a dificuldade em conseguir destaque no site de venda de música, que é a vitrine de qualquer selo virtual; afinal, é por meio de sites como Beatport que a música chega ao seu consumidor. A importância das trocas de *feedbacks* novamente se destaca como o meio para o selo conseguir uma boa visibilidade.

E Allan Villar, por exemplo, deu a seguinte resposta à pergunta relativa à importância da internet na divulgação do seu trabalho:

Não sei, mais ou menos. Tocar também. Mas internet eu uso muito. É onde você está ali disposto a receber qualquer tipo de proposta. E oferecer também.

Ou seja, Allan Villar considera não só a internet como meio de divulgação. Para esse DJ, as apresentações e as relações pessoais com amigos e outros DJs são peças importantes para fechar o ciclo de circulação das suas produções.

Assim, observa-se que a internet é um meio que cotidianamente foi causa/consequência de novas formas de ouvintes e autores se relacionarem com a música. Esse meio levou a ideia de um panorama atual no qual parece ser bem mais fácil fazer e divulgar um disco (no caso em formato digital). No entanto, a internet também possui seus aspectos negativos, conforme afirmaram os DJs. Isso aponta para uma não idealização da circulação musical na rede. Conforme o DJ Komka, há uma quantidade “enlouquecida” de informações sendo disponibilizadas, e o trabalho em busca da conquista de um destaque e uma boa visibilidade nesse meio não é fácil.

É interessante observar também que, devido a esse excesso de informação, originalidade e individualidade estão na linha de frente. São essas características que atribuem à música produzida “um diferencial”, um elemento de destaque em um meio saturado de informações.

3.3 O DJ como um ouvinte ativo

Neste tópico, observa-se se DJs assumem práticas que se relacionam ao conceito de ouvinte ativo. Conforme Hugill (2008, p. 21-22, trad. minha),

O ouvinte ativo é curioso e se envolve totalmente com a experiência da música, procurando entendê-la. Ouvintes passivos estão satisfeitos apenas em ouvir e transmitir (possivelmente fazer um julgamento simples sobre a qualidade da experiência de como eles fazem isso). Para o músico digital [e neste caso os DJs], a escuta ativa é essencial. [...] Ela é parte do processo de compreensão auditiva que desenvolve a consciência do indivíduo. [...] Isso não é facilmente ensinado e é uma responsabilidade que cada músico [ou DJ] deve assumir.⁷⁴

Assim, o consumo da música feito pelo DJs é diferenciado. Ele está ligado a um processo de escuta ativa, no qual o DJ precisa analisar e observar se aquela música serve ou não para, por exemplo, montar o seu *set* na pista de dança.

Você sente né. Na real, primeiro você tem que ver se a musica é boa. Depois tem que ver se ela é boa na pista. Ai você imagina e tal, sei lá, como vai ser na pista. Ai investe, tu compra e baixa. Eu compro mais do que baixo (ALLAN VILLAR, entrevista, 7 maio 2013).

Em relação ao consumo da música ligado às tecnologias virtuais, as possibilidades de uma escuta ativa são ampliadas. O DJ Komka assim se referiu ao processo de escuta e seleção musical:

É assim: música eletrônica pra tocar eu coloco junto. Nos álbuns de bandas eu coloco em pastas separadas. Mas dentro dessas pastas que eu uso pra trocar eu divido elas por data. Então, são as compras ou a data próxima dos alguns que eu baixo, mas que eu não compro. Coloco uma

⁷⁴ Do original: “*The active listener is curious and engages fully with the experience of the music by seeking to understand. Passive listeners are content merely to hear and pass on (possibly making a simple judgement about the quality of the experience as they do so). For the digital musician, active listening is essential. [...] this is part of the process of understanding that develops the individual’s aural awareness. [...] This is not easily taught and is something for which the individual musician must take responsibility.*”

data, sei lá, 2013-04-9, e joga as músicas lá. E pra essas compras eu me acho. [...] As datas são das compras. (KOMKA, entrevista, 9 abr. 2013).

Está envolvido nesse processo uma apreciação e julgamento da música que se está consumindo, no intuito dela poder ser, ou não, uma boa música para se ouvir na pista. Para Komka, o manuseio dos arquivos virtuais de música envolve uma separação entre o que é consumido como processo de seleção musical para a construção da performance na pista de dança e o que é consumido apenas como forma de apreciação. Os arquivos musicais e os “álbuns de banda” são mantidos em outra pasta. Observa-se, nesse caso, como o DJ lida com diferentes universos musicais, que não são totalmente estanques, mas por eles são apresentados como universos que têm caminhos paralelos.

3.3.1 De ouvinte ativo a consumidor ativo

Entre os DJs interlocutores, a escuta e o consumo da música são altamente vinculados ao ciberespaço. Ou seja, tem-se o caráter democrático no qual consumidores e produtores trocam informações cotidianamente, o que leva ao apagamento de fronteiras que dividiam essas duas entidades. No entanto, esse caráter democrático foi a base de criação e consolidação dessa indústria que não prescinde de um ouvinte que pague pelo conteúdo musical que ele venha a consumir.

A indústria dos selos virtuais na atual cultura DJ sustenta-se nessas novas práticas, na qual: *i)* o ouvinte é também um *downloader*, tem acesso a músicas e *softwares* no ciberespaço; *ii)* o ouvinte, ao lidar com os arquivos em formato digital e o ciberespaço, tende a torna-se um ouvinte ativo; e *iii)* o ouvinte mais especializado, como os DJs interlocutores, busca a compra do arquivo digital em lojas virtuais para obter um arquivo confiável e de melhor qualidade.

Os DJs e os ouvintes mais especializados são os consumidores de músicas vendidas por meio de *downloads* pagos nos sites nos quais os DJs expõem suas composições. Portanto, eles sustentam esse mercado. E, além disso, a prática do *feedback* é importante, ou seja, espera-se que o DJ, ao apreciar a música de um determinado selo, possa comentar e

opinar sobre as músicas de um determinado lançamento. Essas são algumas ações “ativas” que fazem parte do cotidiano musical do DJs.

3.4 As práticas de produzir, consumir e circular música na cultura DJ

No primeiro momento, observou-se como a composição usando materiais previamente gravados, unidos ao estúdio não apenas como um meio de finalização e gravação, mas como um instrumento musical em si mesmo, relativiza os valores ligados a composição musical ocidental, também mencionadas no capítulo anterior. Observa-se que, nesse contexto, a peça musical, fruto da criação, não é enrijecida pela autoridade do compositor, ela está constantemente aberta e passível de modificação por aqueles que assim o querem fazer, sendo estes ouvintes ou outros DJs que venham a remixá-la. No entanto, a produção musical ainda é arraigada de valores individuais. Como falaram os DJs, eles querem que sua música seja algo único, diferente, original. Assim, observa-se que os valores musicais que o Iluminismo e a sociedade ocidental construíram sobre a composição musical não foram abandonados totalmente, no entanto, dialeticamente, esses valores foram flexibilizados. Pode-se compor usando *samples* e outros materiais pré-gravados, mas ainda busca-se atribuir a criação musical um caráter de originalidade e individualidade. Ou seja, os *samples* são usados, mas com atenção, sempre atentando para não deixar escapar a individualidade dos que compõem essa música para pista de dança.

No segundo, o processo de etnografia virtual, feita com base na análise das CMCs presentes no Soundcloud, revelou que a distância estética e social que separavam compositor e ouvinte está, como vê-se neste capítulo, mais curta. Ouvintes e autores trocam informações diariamente nessa rede social de música. Ela é o meio para conhecer novos DJs e encontrar lá os DJs que já se conhece. No entanto, apesar de todos os DJs considerarem a internet como um meio importante para a divulgação e circulação do seu trabalho, eles têm uma consciência do volume de informações disponíveis da rede. O mar sem fim de novos DJs e novas músicas que surgem diariamente para aqueles que são usuários da rede aparece como um aspecto negativo, podendo levar sua produção musical a ser apenas mais uma nesse infinito de informações presentes no ciberespaço. Logo, a

circulação musical fruto de trocas pessoais entre os DJs em festas e entre outros amigos são valorizadas e consideradas importantes para os DJs interlocutores.

E, finalmente, foca-se em como o DJ com esse perfil específico passa a exercer no seu cotidiano atividades que se aproximam ao conceito de ouvinte ativo presente na literatura. No entanto, esse mundo no qual o alcance à música em formato virtualizado é facilitado abalou o *modus operandi* das grandes gravadoras da indústria no século XX; assim surge esse novo tipo de consumidor de música. O DJ tem o trabalho cotidiano de manter-se atualizado, selecionar e organizar músicas e de também comprá-las. Pela observação etnográfica realizada neste trabalho, os DJs são aqueles que suportam financeiramente seu próprio mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS – A VIRTUALIZAÇÃO NA CULTURA DJ: O COMPUTADOR COMO UM ESPAÇO PARA INDISSOCIABILIDADES ENTRE AUTORES E OUVINTES

Neste trabalho, buscou-se delimitar até que ponto um novo paradigma de autor e de ouvinte, que inclui novas práticas para ambos os personagens – tornando-as indissociáveis –, está se consolidando no contexto virtual da cultura DJ.

Para tal, no capítulo 1, foi preciso entender o que está se chamando de cultura DJ: uma solução conceitual utilizada para se referir a práticas e a culturas musicais cujo DJ é protagonista. Como visto, essa prática está atualmente permeada por processos virtuais, ou seja, produção, circulação e consumo das produções musicais dessa cultura são feitas quase que completamente em meio virtual. Assim, nesse panorama, a proposta de metodologia etnográfica, utilizada para responder ao questionamento básico deste trabalho, levou em consideração o aspecto virtualizado das relações entre os membros dessa cultura. A observação no local em que boa parte dessas fronteiras são rompidas – o estúdio caseiros dos DJs – e os conteúdos gerados em sites da internet e redes sociais de música também serviram de dados para a análise.

No capítulo 2, entendeu-se a relação entre as inovações tecnológicas e o surgimento de novas atividades e papéis musicais, pressionando os paradigmas estabelecidos sobre quem escuta e faz música. Da era acústica à era digital, novos profissionais emergiram à medida que o processo de produção musical era inundado pelas recentes tecnologias que passaram a ser aplicadas na música. O autor, conceito cujas raízes remetem aos séculos passados, agora está em um estúdio caseiro, cercado de tecnologias, compondo, por exemplo, por meio de programas como o Ableton Live, uma ferramenta virtual de produção musical com interface amigável. Entendendo as construções sociais dessas novas tecnologias, observa-se quais mudanças houveram – e o que as influenciaram – nos papéis anteriormente consolidados de autores e consumidores de música.

No capítulo 3, debruçou-se sobre a voz dos DJs e sobre os conteúdos que eles produzem. A produção musical, apesar de usar diferentes meios para a criação e ter uma

estrutura característica, vislumbra ainda o mesmo fim: a criação de algo individual, único. A internet é principal meio de circulação e essencial para o trabalho diário dos DJs; no entanto, também é por eles vista como um meio que porta demasiada informação; logo, agem para que seu trabalho não fique perdido em meio a esse excesso. Observou-se também que, além de ouvintes ativos, os DJs interlocutores são consumidores ativos, o mercado dos DJs acaba sendo mantido por eles mesmos.

Ao final desse percurso, entendendo o processo de virtualização da cultura DJ e as constantes mudanças nos paradigmas de autor e consumidor de música em diferentes culturas e momentos históricos, bem como as relações dessas mudanças com as inovações tecnológicas na cultura ocidental, retorna-se ao questionamento: até que ponto um novo paradigma de autor e de ouvinte está se consolidando nessa cultura musical? Após a pesquisa, tanto de campo quanto a feita na literatura, é possível responder que no que se refere às ferramentas e criação e à própria estrutura musical, há sim um novo paradigma. No entanto, a criação musical tem um mesmo fim, a produção de algo individual, único, “com uma cara própria”.

Há uma visível mudança de paradigma no sentido de que os DJs que compõem têm a sua disposição uma série de ferramentas de criação e de novas estruturas musicais, que requerem um diferente conhecimento musical. As músicas são feitas no computador e envolvem um outro processo de criação e uma outra matéria-prima. A internet é o principal meio de circulação – mídias físicas praticamente não são utilizadas – e as lojas virtuais e redes sociais são as vitrines de exposição do trabalho desses DJs. As redes sociais também suportam uma nova interação entre autores e ouvintes, bem como dos autores entre si. Autores, ouvintes, DJs, produtores, esses papéis se confundem e se sobrepõem. Afinal, esses personagens trocam mensagens cotidianamente. O consumo de tecnologias musicais e as diversas tecnologias utilizadas como matéria-prima de criação estão intimamente ligados à produção de música.

Entretanto, os DJs interlocutores ainda querem que sua música possua uma característica individual, uma “cara mais própria”, o que pode ser relacionado ao paradigma de criação artística a partir do Renascimento, conforme o qual “criar é fazer algo novo, algo que o mundo não tenha visto antes, algo fresco, original e pessoal” (LOWINSKY, 1964, p. 494).

Ademais, a grande quantidade de álbuns e músicas disponíveis em formato virtual caracteriza um cenário onde é difícil conseguir visibilidade; assim, diferenciar-se, destacar-se musicalmente, é o caminho que os DJs seguem para tornarem-se vistos. Dessa forma, apesar da mediação da internet, por exemplo, as apresentações em festas são entendidas pelos DJs como meio de divulgação importante, destaca-se que o contato cara a cara com o público também foi valorizado por eles.

Assim, nesse cenário onde convivem essas contradições, a ideia de *indissociabilidade* entre as entidades de autor e ouvinte antes muito bem delimitadas serve melhor como ilustração desse novo contexto musical. O computador é o local onde essas indissociabilidades entre aquele que produz e consome ocorrem. O fato de que a música é composta, veiculada e consumida por meio do computador (às vezes em diferentes programas abertos simultaneamente no computador do estúdio caseiro dos DJs) indica o quanto essas práticas estão permeadas entre si.

Enquanto o DJ produz sua música, *downloads* de músicas e suprimentos para criação (como *samples*, *loops* e *presets*) estão chegando pela internet. Ao mesmo tempo, o perfil da rede social (Facebook) e da rede social de música (Soundcloud) estão abertos, por meio dos quais é monitorado a recepção e os *feedbacks* que vêm dos ouvintes e amigos DJs.

O computador aparece como o meio que está transversalmente em todos os processos de fruição da produção musical. Como observou-se no campo, o mesmo computador que estava sendo utilizado no processo de produção de uma faixa musical observada estava simultaneamente navegando pela rede; fazendo *downloads*, enviando mensagens de textos para amigos, que podem ser outros DJs, ouvintes ou parceiros em outras produções, como festas, etc.

Dessa forma, os DJs observados utilizam novos e diferentes *meios* para a criação musical; no entanto, os *fins* permanecem, a criação de algo original. Os *novos meios* de criação (ou seja, sons previamente gravados, computador como ferramenta, utilização de *presets*, *loops*, tudo isso sintetizados em uma estrutura musical relativamente rígida) e também os *novos meios* de circulação (lojas virtuais, redes sociais, etc.) não atrapalham o *fim*.



Figura 17. O computador, local para as indissociabilidades. Os DJs interlocutores executam as três fases da produção artística simultaneamente, na tela do computador.

Ao alcance de um clique, move-se do ambiente de produção para o de circulação, enviando uma música para outro DJ. Com outro clique, ouve-se as músicas recém-baixadas da rede, em *downloads* que podem ser pagos ou não. Novamente, com outro clique, volta-se para o Ableton Live, onde uma música em processo de produção está para receber mais camadas sonoras que se somarão a uma base já desenhada.

Com mais um clique, vai-se às redes sociais, onde é compartilhada o próximo evento no qual o DJ irá se apresentar, ou quem sabe um trecho da música ainda não finalizada, para ouvintes apreciarem e opinarem.

Ao final desta pesquisa, observa-se que, devido ao processo de virtualização, o que se observa são indissociabilidades por todos os lados. O processo de produção musical necessita mais ainda de um consumo de tecnologias; neste caso, tecnologias virtuais. Para circular essa produção, o DJ necessita estar presente nas diversas redes disponíveis na internet, alcançando um público, composto também por DJs, e interagindo com ele. E, para realizar seu trabalho, seja de composição de uma faixa musical, seja a performance em formato de *DJ set*, o DJ precisa consumir música em boa qualidade, disponíveis nas lojas virtuais, e consumir as diversas ferramentas de composição disponíveis na internet, como *samples*, *presets* e *loops* e programas de computador diversos.

As atividades cotidianas de produção musical, por exemplo, são feitas principalmente no computador e pouco se separam das atividades de consumo de músicas e tecnologias. A compra e venda das produções musicais dos DJs nas lojas virtuais andam lado a lado com a interação e participação dos DJs, que interagem com seus ouvintes, nas redes sociais, como o Soundcloud. O consumo tem outros pressupostos. Ouvintes são *downloaders*, possuem diferentes competências musicais que o possibilitam lidar com a experiência musical que vem sob forma de arquivos em um computador. Para os DJs, consumir música é o próprio ato de produzir; afinal, é com as músicas compradas nas lojas virtuais que eles fazem suas apresentações.

Logo, no caso da cultura musical dos DJs observados, as fronteiras entre os percursos de uma determinada produção artística (produção, circulação e consumo) se borram. Essas atividades são interligadas, simultâneas e acontecem por meio do consumo de tecnologias virtuais.

A afirmação de Théberge (1997) de que, ao final do século XX, “fazer música é consumir tecnologia”, pode ser aqui ampliada para outro aspecto: fazer música – que nesse contexto significa uma atividade cotidiana de produzir, circular e consumir simultânea – é consumir tecnologias virtuais.

Diante dessa afirmação, no entanto, os DJs dessa cultura – que são os produtores, mas também os consumidores e mantenedores dessas criações musicais – veem que a realização de um bom trabalho de criação musical acontece por meio de ideias individuais, únicas, capazes de imprimir em sua produção musical a “cara” dos DJs que a compõem. Novamente, tem-se outros meios; no entanto, os mesmos fins.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. O fetichismo na música e a regressão da audição. In: BENJAMIN, W.; HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W.; HABERMAS, J. *Textos escolhidos*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

AMARAL, Adriana. Fãs-usuários-produtores: uma análise das conexões musicais nas plataformas sociais MySpace e Last.fm. In: PERPETUO, I. F.; SILVEIRA, S. A. (Orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009a.

AMARAL, Adriana. Plataformas de música online. Práticas de comunicação e consumo através dos perfis. *Revista Contracampo*, Niterói, n. 20, p. 147-170, nov. 2009b.

AZENHA, Gustavo. The Internet and the Decentralisation of the Popular Music Industry: Critical Reflections on Technology, Concentration and Diversification. *Radical Musicology*, n. 1, 2006. Disponível em: <<http://www.radical-musicology.org.uk/2006/Azenha.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: BENJAMIN, W.; HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W.; HABERMAS, J. *Textos escolhidos*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BENNETT, Andy. *Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place*. New York: Palgrave, 2000.

BIJKER, Wiebe E.; HUGHES, Thomas P.; PINCH, Trevor (Eds.). *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge: MIT Press, 1989.

BLACKING, John. *How Musical Is Man?* Seattle: University of Washington Press, 1974.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 27 fev. 2012.

BRAUN, Hans-Joachim (Ed.). *Music and Technology in the Twentieth Century*. Baltimore and London: John Hopkins University Press, 2002.

BUCKLEY, David. DJ (i). In: *New Grove Dictionary of Music*. Disponível em: <<http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/47213>>. Acesso em: 16 maio 2012.

CANCLINI, Nestor Garcia. *A socialização da arte*. São Paulo: Cultrix, 1980.

CANDIDO, Antonio. *Formação da literatura brasileira*. Rio de Janeiro: Ouro sobre azul, 2006.

CAROSO, Luciano. Por uma etnomusicologia no ciberespaço. In: CONGRESO DE LA CIBERSOCIEDAD, 4., 2009. Disponível em: <<http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/por-uma-etnomusicologia-no-ciberespaso-extratextualidade-virtualidade-e-materialidade/612/>>. Acesso em: 18 jul. 2013.

COOLEY, T. J.; MEIZEL, K.; SYED, N. Virtual Fieldwork: Three Case Studies. In: BARZ, G.; COOLEY, T. J. *Shadows in the Field: New Perspectives for Fieldwork in Ethnomusicology*. Oxford: Oxford University Press, 2008.

COOK, Nicholas. *Música: uma muito breve introdução*. Trad. Beatriz Magalhães Castro. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013 (no prelo).

COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York; London: Continuum, 2004.

CUTLER, Chris. *File under popular: Theoretical and Critical writings on Music*. New York: Autonomedia, 1993.

CUTLER, Chris. Plunderphonia. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York: Continuum, 2004.

DENORA, Tia. Music and Self-Identity. In: BENNETT, A.; SHANK, B.; TOYNBEE, J. (Eds.). *The Popular Music Studies Reader*. New York: Routledge, 2006.

EAGLETON, Terry. *A ideologia da estética*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

ENO, Brian. The Studio as a Compositional Tool. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York: Continuum, 2004.

FERREIRA, Pedro P. When sound meets movement: performance in electronic dance music. *Leonardo Music Journal*, v. 18, p. 17-20, 2008a.

FERREIRA, Pedro P. Transe maquínico: quando som e movimento se encontram na música eletrônica de pista. *Horizonte antropológico*. Porto Alegre, v. 14, n. 29, jan./jun. 2008b.

FIGUEIREDO, Carlos Alberto. O conceito de autoria no Ocidente e seus reflexos na música. *Revista brasileira de música*, Programa de Pós-Graduação, Escola de Música da UFRJ, Rio de Janeiro, v. 23, n. 1, 2010.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor. In: MIRANDA, José A. B.; CASCAIS, A. F. (Orgs.). *Michel Foucault: o que é um autor?* Lisboa: Vega, 1992.

GALAS, Ramiro. Cultura DJ – o que é e como estudá-la. In: DIGITALIA – FESTIVAL/CONGRESSO INTERNACIONAL DE MÚSICA E CULTURA DIGITAL. Apresentação de artigo científico. Salvador, 2012a.

GALAS, Ramiro. O sample como ferramenta composição: novos paradigmas autor/ouvinte no contexto das mídias digitais. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA, 22., João Pessoa. *Anais...* João Pessoa, 2012b. p. 1.591-1.599.

GARRIDO, A. G. Globalización y comunidades virtuales a través del fenómeno de Internet y los programas de P2P. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE LA SOCIEDAD IBÉRICA DE ETNOMUSICOLOGÍA. 8. Zaragoza, 2005. *Actas...* Institución Fernando El Católico (CSIC), Zaragoza, 2005.

GONZÁLEZ, Juan Pablo. Musicología popular en América Latina: síntesis de sus logros, problemas y desafíos. *Revista musical chilena*. Santiago, v. 55, n. 195, ene. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=s0716-27902001019500003&script=sci_arttext>. Acesso em: 18 mar. 2013.

GOULD, Glenn. The prospects of recording. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York: Continuum, 2004.

HINE, Christine. *Virtual Ethnography*. London: Sage, 2000.

HOLMES, Thom. *Electronic and Experimental Music: Technology, Music, and Culture*. 3th ed. New York: Routledge, 2008.

HOUAISS. *Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa*. 2009. 1 CD-ROM.

HUGILL, Andrew. *Digital Musician. Creating Music with Digital Technology*. New York; London: Routledge, 2008.

IKEDA, Alberto T. *Folia de reis, sambas do povo*. São José dos Campos-SP: CECF; FCCR, 2011.

KATZ, Mark. Men, Women, and Turntables: Gender and the DJ Battle. *Musical Quarterly*, v. 89, n. 4, p. 580-599, 2006. Disponível em: <<http://mq.oxfordjournals.org/content/89/4/580.full>>. Acesso em: 1 abr. 2013.

KATZ, Mark. *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music*. Berkeley: University of California Press, 2004.

KLEIN; Hans K.; KLEINMAN; Daniel Lee. The Social Construction of Technology: Structural Considerations. *Science, Technology, & Human Values*, v. 27 n. 1, p. 28-52, Winter 2002.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* Trad. Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOWINSKY, E. E. Musical Genius – Evolution and Origins of a Concept. *Musical Quarterly*, v. 50, p. 476-495, 1964.

LYSLOFF, René T. A.; GAY, Leslie C. Introduction: Ethnomusicology in the twenty-first century. In: _____. (Eds.). *Music and Technoculture*. Middletown, CT.: Wesleyan University Press, 2003.

MCCLARY, Susan. Rap, Minimalism, and Structures of Time in Late Twentieth-Century Culture. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York; London: Continuum, 2004.

MIDDLETON, Richard. ‘Last Night a DJ Saved My Life’: Avians, Cyborgs and Siren Bodies in the Era of Phonographic Technology. *Radical Musicology*, n. 1, 2006. Disponível em: <<http://www.radical-musicology.org.uk/2006/Middleton.htm>>. Acesso em: 23 jul. 2012.

MILLARD, A. *America on record: a history of recorded sound*. 2. ed. New York: Cambridge University Press, 2005.

MILLER, Paul D. (Ed.) *Sound Unbound: Sampling Digital Music and Culture*: MIT Press, 2008.

MILLER, Paul D. Algorithms: Erasures and the Art of Memory. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York; London: Continuum, 2004.

MORRIS, Jeremy Wade. *Understanding the Digital Music Commodity*. Tese (PhD) – Department of Art History and Communication Studies, McGill University, Montréal, 2010. Disponível em: <http://jeremywademorris.com/CV_files/Dissertation%20Final%20Archive.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2013.

MUMMA, G.; RYE, H.; KERNFELD, B. Recording. In: *New Grove Dictionary of Music*. Disponível em: <<http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/J371600>>. Acesso em: 19 jun. 2012.

NETTL, Bruno. “Musical Thinking” and “Thinking about Music” in Ethnomusicology: An Essay of Personal Interpretation. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, v. 52, n. 1, p. 139-148, Winter 1994.

NETTL, Bruno. The meat and potatoes book: musical ethnography. In: _____. *The Study of Ethnomusicology: Thirty-One Issues and Concepts*. University of Illinois Press, 2005.

OLIVEIRA, Marcelo Carvalho de. *Para além do iTunes: a indústria fonográfica da primeira década do século XXI na perspectiva de um selo musical de Brasília*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação Música em Contexto, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

OSWALD, John. *Plunderphonics, or Audio Piracy as a Compositional Prerogative*. Texto apresentado na Wired Society Electro-Acoustic Conference. Toronto, 1985. Disponível em: <<http://www.plunderphonics.com/xhtml/xplunder.html>>. Acesso em: 8 mar. 2012.

OSWALD, John. Bettered by the Borrower: The Ethics of Musical Debt. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York; London: Continuum, 2004.

PEEL, Ian. DJ (ii). In: *New Grove Dictionary of Music*. Disponível em: <<http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/47214>>. Acesso em: 16 maio 2012.

PERPETUO, I. F.; SILVEIRA, S. A. (Orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

PINCH, Trevor; TROCCO; Frank. *Analog Days: The Invention and Impact of the Moog Synthesizer*. Cambridge: Harvard University Press, 2002.

PINCH, Trevor; TROCCO; Frank. The Social Construction of the Early Electronic Music Synthesizer. In: BRAUN, H. (Org.). *Music and technology in the twentieth century*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2000.

POHLMANN, Ken C. *The Compact Disc Handbook*. Oxford; New York: Oxford University Press, 2001.

RASCH, Rudolf. Tuning and temperament. In: CHRISTENSEN, Thomas (Ed.). *The Cambridge History of Western Music Theory*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

REYNOLDS, Simon. *Energy Flash: A Journey Through Rave Music and Dance Culture*. Berkley: Soft Skull Press, 2012.

RIBEIRO, Hugo Leonardo. Transcrição Musical: qual a sua importância, qual o seu futuro? In: Encontro da ABET, 3., 2006, São Paulo. *Anais...* São Paulo: ABET, 2006.

SCHLOSS, Joseph. *Making Beats: The Art of Sample-Based Hip-Hop*. Middletown, CT.: Wesleyan University Press, 2004.

SHERBURNE, Philip. Digital Discipline: Minimalism in House and Techno. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York; London: Continuum, 2004.

SHUNKER, Roy. *Popular Music: key concepts*. New York; London: Routledge, 2005.

SILVEIRA; Sergio Amadeu da. A música na época de sua reprodutibilidade digital. In: PERPETUO, I. F.; SILVEIRA, S. A. (Orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

STERNE, Jonathan. *Mp3: The Meaning of a Format*. Durham; London: Duke University Press, 2012.

STERNE, Jonathan. The mp3 as a cultural artefact. *New Media & Society*. London, v. 8, n. 5, p. 825-842, SAGE Publications, 2006.

THÉBERGE, Paul. *Any Sound You Can Imagine: Making Music/Consuming Technology*, Middletown, CT.: Wesleyan University Press, 1997.

THORNTON, Sarah. *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Polity Press, 1996.

TOYNBEE, Jason. Introduction to Part Seven. In: BENNETT, A.; SHANK, B.; TOYNBEE, J. (Eds.). *The Popular Music Studies Reader*. New York: Routledge, 2006.

TURINO, Thomas. *Music as Social Life: The Politics of Participation*. Chicago: The University of Chicago Press, 2008.

VARÈSE, Edgard. The Liberation of Sound. In: COX, C.; WARNER, D. (Eds.). *Audio Culture: Readings in Modern Music*. New York; London: Continuum, 2004.

VAZQUEZ, Eliza Rebeca Simões Neto. *A aprendizagem de três produtores de música eletrônica de pista: interação na pista, no ciberespaço e o envolvimento com as tecnologias musicais de produção*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação Música em Contexto, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. New York; London: Routledge, 2003.

WANG, Oliver. Beat-making. In: *New Grove Dictionary of Music*. Disponível em: <<http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/A2218626>>. Acesso em: 16 maio 2012.

WELCH, W. L.; BURT, L. B. *From tinfoil to stereo*. The acoustic years of the recording industry, 1877-1929. Florida: University of Florida Press, 1994.

ANEXO – ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA COM OS DJS INTERLOCUTORES EM SEUS ESTÚDIOS CASEIROS

DJs interlocutores: Allan Villar, Komka

Vc considera o computador como sua principal ferramenta de criação musical?

Fale um pouco do processo? Vc vai ao computador com ideias prontas?

Você utiliza samples, presets e loops como matéria-prima para sua produção musical?

Ao fazer um remix, vc se sente um co-autor da musica remixada?

Você já tocou usando CDs. Fale um pouco sobre essa migração para as plataformas virtuais.

Vc participa de fórum, *user groups*, etc. específicos sobre produção musical e tecnologias?

A internet é o meio principal de divulgação do seu trabalho?

Resuma as atividades da sua gravadora virtual.

Vc recebe e ouve demos via internet? Como é o processo de escuta e seleção musical?

O que vc leva em consideração no processo de seleção para futuros lançamentos?

Qual o custo necessário para lançar um novo artista ou um novo release?

Como funciona o distribuidor de uma gravadora?

Qual a parte “real” que uma digital label tem que manter em sua opinião? Quais outras atividades do label não são feitas via computador?

Fale um pouco sobre a troca de promos e feedback entre artistas e labels.

Qual o papel das redes sociais na circulação da música da sua gravadora?

Há um “modo de escuta diferenciado” quando vc esta pesquisando para tocar ou simplesmente escutando musica?

Fale um pouco de como vc organiza suas músicas?

Ao que vc fica atento ao pesquisar música para montar seu set?

GLOSSÁRIO

Bootleg: gravações de áudio ou vídeo do trabalho de um artista ou banda musical, podendo ser de um concerto, de uma transmissão via rádio/televisão, entrevistas e materiais inéditos, passagens de som, ensaios, etc.

DJ set: gravação de uma performance feita pelo DJ, com base na seleção musical de diversos autores, podendo incluir ele mesmo.

EP: Extended Play (EP) é um fonograma que é mais do que um single, mas menos do que um disco inteiro.

Fonógrafo: O fonógrafo é um aparelho inventado em 1877 para a gravação e reprodução de sons utilizando um cilindro. Esse foi primeiro aparelho capaz de gravar e reproduzir sons.

Fonogramas: registro exclusivamente sonoro em suporte material e, no caso deste estudo, também virtual, como disco, fita magnética ou um álbum em MP3.

Inovações transeitoriais: inovações que surgem em um determinado context, mas adaptadas para outros.

Live: gravações de apresentações que envolvem a criação musical em tempo real.

Loop: denominação para pequenos trechos, geralmente variando de 1 a 8 compassos, sequenciados, organizados em função do tempo. Esses podem ser de percussões, riffs, melodias etc. Geralmente são usados repetidamente e servem como base para uma nova criação musical.

Maschine: controladora MIDI do fabricante Native Instruments. Geralmente usada para a criação de percussões.

MIDI: Musical Instrument Digital Interface. Um protocolo padrão que conecta instrumentos digitais, transmitindo informações musicais (como timbre, altura, duração etc.) de um instrumento eletrônico a outro. Foi padronizada em 1983.

Mídias em branco: Blank media: suportes como discos-rígidos, tocadores de MP3 e CDs e DVDs virgens. Vêm vazios e são comercializados com a intenção de que o usuário os preencha.

Músico digital: “A digital musician is an amalgamation of performer, composer, engineer and informed listener, all to a certain extent. It is highly likely that each individual will have more skills in one of these areas than the others. The ‘sound designer’, the ‘sonic artist’ and the ‘digital musician’ have overlapping skill sets and, for the purposes of this

book, are practically the same. As Ronald Herrema points out, what all these people share is ‘an understanding of the manipulation of sound in time, how that relates to gesture and how it relates to drama, or the dramaturgy of the work’” (HUGILL, 2008, p. 187).

Ostinato: Uma frase ou um ritmo musical continuamente repetido.

Overdubbing: Técnica de gravação que consiste em adicionar novos sons a uma gravação já anteriormente realizada.

P2P: Peer-to-peer (P2P) é uma arquitetura de redes de computadores na qual cada um dos pontos ou nós da rede funciona tanto como cliente quanto como servidor, permitindo compartilhamentos de serviços e dados sem a necessidade de um servidor central.

Piano rolls: rolo de papel perfurado utilizado na operação das pianolas.

Playlist: termo inglês utilizado para se referir a uma determinada lista de músicas.

Pós-produção: Durante a pós-produção, as músicas passam por um processo conhecido como masterização. O conjunto da obra musical e como ela será apresentada são trabalhados para que o produto possa ser “digerido” da melhor maneira possível.

Presets: Ajustes pré-programados de instrumentos musicais eletrônicos como sintetizadores, baterias eletrônicas e efeitos.

Rave: tipo de festa que acontece em sítios (longe dos centros urbanos) ou galpões, com música eletrônica.

Remix: nome dado para uma música modificada por outra pessoa ou pelo próprio produtor.

Sampler: equipamento que não produz som próprio. Nele coloca-se outros sons gravados para serem manipulados.

Selos virtuais: também chamados de selos digitais (digital labels), geralmente de caráter comercial, ou netlabels, quando não necessariamente vendem fonogramas virtuais, apenas o distribuem e disponibilizam na rede.

Sequenciador: equipamento que permite a organização de sons gravados em função do tempo.

Sintetizador: equipamento capaz de sintetizar elementos sonoros a partir de sinais elétricos digitais.

Tape Music Center: Tape Music Center de São Francisco foi fundado em 1962 pelos compositores Morton Subotnick e Ramon Sender como uma “organização cultural e educacional sem fins lucrativos, cujo objetivo era apresentar concertos e oferecer um

lugar para aprender sobre o trabalho feito com a fita magnética”. “The artistic climate in San Francisco in 1961 was ringing with new ideas. A number of young composers, including Ramón Sender, Pauline Oliveros, and Morton Subotnick, had been experimenting with tape composition” (HOLMES, 2008, p. 369).

Track: nome geralmente usado pelos DJs para designar uma faixa musical.

Tradicionalis (manifestações musicais): “Essas manifestações são identificadas também como cultura popular, cultura tradicional, cultura popular de tradição oral, cultura de raiz, tradições populares, conhecimentos tradicionais, e ainda folclore, que é termo mais consagrado historicamente, desde meados do século XIX, mas que tem sido evitado nos últimos tempos por seu desgaste semântico” (IKEDA, 2011, p. 55).

White label: Cópias promocionais de discos que, antes de registrados e liberados para o público, antes mesmo da arte oficial ser desenhada ou impressa, eram enviadas para DJs testarem em discotecas, em um esforço para construir o *hype* e avaliar o interesse do público, finalmente. Isso criou uma situação em que certos DJs conceituados ou bem relacionado teriam exemplares exclusivos de material, o que atribuía toda uma nova aura para o vinil (THORNTON, 1996).

