**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS**

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU*
ESCOLA DE MÚSICA E ARTES CÊNICAS
MESTRADO EM MÚSICA

LUIZ ESPÍNDOLA DE CARVALHO JUNIOR

# **MÚSICA E *YOUTUBE* NO CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL**: UM ENFOQUE DE SUAS IMPLICAÇÕES COM A INDÚSTRIA CULTURAL

Goiânia

2016

LUIZ ESPÍNDOLA DE CARVALHO JUNIOR

# **MÚSICA E *YOUTUBE* NO CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL**: UM ENFOQUE DE SUAS IMPLICAÇÕES COM A INDÚSTRIA CULTURAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Música da Escola de Música e Artes Cênicas da Universidade Federal de Goiás como requisito para a obtenção do título de Mestre em Música. Área de Concentração: Música na Contemporaneidade. Linha de Pesquisa: Música Cultura e Sociedade. Orientadora: Magda de Miranda Clímaco

Goiânia

2016

Ficha catalográfica elaborada automaticamente
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob orientação do Sibi/UFG.

CARVALHO, LUIZ ESPINDOLA JUNIOR
Música e youtube no cenário brasileiro atual [manuscrito] : um enfoque de suas implicações com a indústria cultural / LUIZ ESPINDOLA JUNIOR CARVALHO. - 2016.
156, f.

Orientador: Profa. MAGDA DE MIRANDA CLÍMACO .
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Escola de Música e Artes Cênicas (Emac) , Programa de Pós-Graduação em Música, Goiânia, 2016.
Bibliografia. Anexos.
Inclui fotografias, gráfico, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Música brasileira e youtube. 2. indústria cultural; . 3. filtro invisível. 4. pós-modernidade. 5. novo sensorium da massa. I. , MAGDA DE MIRANDA CLÍMACO, orient. II. Título.

sistema de bibliotecas ufg

UFG

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR AS TESES E DISSERTAÇÕES ELETRÔNICAS (TEDE) NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

**1. Identificação do material bibliográfico**: **[X] Dissertação** **[ ] Tese**

**2. Identificação da Tese ou Dissertação**

| | |
|---|---|
| Autor (a): | LUIZ ESPÍNDOLA DE CARVALHO JÚNIOR |
| E-mail: | luizjunior120@gmail.com |
| Seu e-mail pode ser disponibilizado na página? [X]Sim [ ] Não | |
| Vínculo empregatício do autor | |
| Agência de fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior | Sigla:CAPES |
| País: BRASIL | UF:GO CNPJ: 00889834/0001-08 |
| Título: **"MÚSICA E *YOUTUBE* NO CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL: um enfoque de suas implicações com a indústria cultural"** | |
| Palavras-chave: | Música brasileira e *youtube*; indústria cultural; filtro invisível; novo *sensorium* da massa. |
| Título em outra língua: | **MUSIC AND YOUTUBE IN BRAZILIAN CURRENT SCENARIO : a focus of its implications for the cultural industry** |
| Palavras-chave em outra língua: | Brasilian music and *youtube*; culture industry; the filter bubble; new sensorium of mass. |
| Área de concentração: | MÚSICA NA CONTEMPORANEIDADE |
| Data defesa: (dd/mm/aaaa) | 06/05/2016 |
| Programa de Pós-Graduação: | MESTRADO EM MÚSICA – EMAC/UFG |
| Orientador (a): | MAGDA DE MIRANDA CLÍMACO |
| E-mail: | magluiz@hotmail.com |
| Co-orientador (a):* | |
| E-mail: | |

*Necessita do CPF quando não constar no SisPG

**3. Informações de acesso ao documento:**

Concorda com a liberação total do documento [X] SIM [ ] NÃO[1]

Havendo concordância com a disponibilização eletrônica, torna-se imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF ou DOC da tese ou dissertação.

O sistema da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações garante aos autores, que os arquivos contendo eletronicamente as teses e ou dissertações, antes de sua disponibilização, receberão procedimentos de segurança, criptografia (para não permitir cópia e extração de conteúdo, permitindo apenas impressão fraca) usando o padrão do Acrobat.

Luiz E. Carvalho Júnior Data: 23/05/2016

Assinatura do (a) autor (a)

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. A extensão deste prazo suscita justificativa junto à coordenação do curso. Os dados do documento não serão disponibilizados durante o período de embargo.

# LUIZ ESPÍNDOLA DE CARVALHO JUNIOR

**“Música e *youtube* no cenário brasileiro atual: um enfoque de suas implicações com a indústria cultural”**

**Trabalho final de curso defendido e aprovado em 06 de maio de 2016, pela Banca Examinadora constituída pelos professores:**

_____

**Profª Drª. Magda de Miranda Clímaco**
**Orientadora e Presidente da Banca**

_____

**Profª Drª. Fernanda Albernaz do Nascimento Guimarães**
**EMAC/UFG**

_____

**Profº Drº. Estércio Marquez Cunha**
**UFG**

## DEDICATÒRIA

Dedico este trabalho aos meus pais Luiz e Isaura, aos meus irmãos Marcelo e André e aos meus filhos Lanna e Luca pelo carinho, apoio e incentivo dedicados à minha pessoa.

# AGRADECIMENTOS

Aos professores da Escola de Música e Artes Cênicas da UFG, tanto da graduação como da Pós-graduação, por fazerem parte do meu processo de formação; todos foram indispensáveis com seus ensinamentos para que conseguisse vislumbrar a música como muito  mais que apenas cantar. Aos colegas de Mestrado, especialmente Francy Holanda, Fábio Amaral, Maria José Capuzzo, Lorena Ferreira, Felipe Vinhal e Pedro Bernardi pelas valiosas contribuições e correções mútuas. Vou sentir saudade dos nossos seminários presenciais e online... Não posso me esquecer do Centro de Educação Musical Holanda e do Colégio Estadual Machado de Assis pelo apoio profissional que me foi proporcionado. Agradeço também a todos os alunos e músicos profissionais que conviveram comigo durante este período, fornecendo indicações práticas e teóricas preciosas para o meu trabalho. Aos professores Dr. Robervaldo Linhares e Dra. Fernanda Albernaz por participarem da minha banca de qualificação, dando sugestões, apontando correções e mostrando caminhos que não percebi anteriormente... À professora Dra. Magda de Miranda Clímaco, por me orientar e me inspirar durante todo o Mestrado. Sem palavras para descrever como foi importante para meu trabalho. Obrigado!

# RESUMO

Essa pesquisa teve como objetivo identificar os gêneros musicais que representam as quatro músicas mais acessadas no site *Youtube* brasileiro no período de 2012 a 2015, tendo em vista as suas peculiaridades estilísticas, os processos de criação, produção, circulação e recepção com eles envolvidos, visando esclarecer até que ponto estão implicados com os mecanismos da indústria cultural e com a estrutura corporativa do site *youtube.* A análise e interpretação das obras musicais e dos vídeos, que utilizaram o representacional como instrumento (CHARTIER, 2002; MOSCOVICI, 2003), junto à audição e observação "abertas" do objeto e da utilização dos três níveis de análise propostos por Ferrara (1984), possibilitaram uma fundamentação e abordagem metodológica referentes ao enfoque do simbólico. Por outro lado, a busca de dados quantitativos relacionados aos resultados oferecidos pelo *Youtube Rewind Brasil* nos quatro anos observados, permitiu identificar que existe uma supremacia do gênero sertanejo universitário em três das quatro músicas observadas do *ranking*, a única música classificada em primeiro lugar que não se enquadrou nesse gênero foi classificada como *funk* carioca. Nesse contexto da análise e interpretação puderam ser constatados ainda elementos que coincidem com práticas relacionadas à indústria cultural, o que apontou também para demandas mercadológicas que visam perfis dos consumidores em *potencial*, para implicações desse processo com o *Filtro Invisível* mencionado por Pariser (2012), que evidenciam a interferência dos avanços tecnológicos do *cyberspace* na circulação musical. Harvey (2005), Benjamin (2009) e Bauman (2009) já possibilitaram perceber esse processo sob outro ângulo, na inevitabilidade de sua interação com o cenário sócio histórico e cultural pós-moderno, com o novo *sensorium* da massa que identifica as suas experiências cotidianas com o resultado dos processos de criação, produção, e circulação da obra musical abordados.

Palavras-chave: Música e *youtube* brasileiro; indústria cultural; filtro invisível; novo *sensorium* da massa.

# ABSTRACT

This research intended to identify the musical genres that represent the four most accessible songs on Brazilian *Youtube* site in the period 2012-2015 , in view of their stylistic peculiarities , creation processes , production, circulation and reception with them involved , searching clarify to what extent are concerned with the mechanisms of the cultural industry and the corporate structure of the youtube site .The analysis and interpretation of musical works and videos that used the representational as a tool (CHARTIER, 2002; MOSCOVICI, 2003), with the hearing and observing "open" the object and use the three levels of analysis proposed by Ferrara (1984) allowed a foundation and methodological approach for the symbolic interaction.By the way, the search for related quantitative data to the results offered by *YouTube Rewind Brazil* in four years observed , identified that there is a supremacy of the ‘sertanejo universitário’ gender in three of the four songs observed in the ranking, the only song ranked first not was framed in this genre was classified as ‘carioca´s funk’ .In this context the analysis and interpretation could be still observed elements that coincide with practices related to cultural industry, which also pointed to market demands aimed at potential consumers of profiles for implications of this process with the Filter Bubble mentioned by Pariser (2012) that show the interference of technological advances in cyberspace musical movement.Harvey (2005) , Benjamin (2009) and Bauman (2009) has made it possible to realize this process from another angle , the inevitability of their interaction with the historical social setting and cultural postmodern , with the new sensorium mass that identifies their experiences daily with the result of the processes of creation, production, and circulation of the researched musical work .

**Keywords:** Music andbrasilian *youtube*; culture industry; the filter bubble; new sensorium of mass.

# Lista de Figuras

Figura 1 – Logotipo *blog* oficial *Youtube* Brasil ..... 38
Figura 2 - Página inicial do *Google* ..... 40
Figura 3- Página sobre o *Google* ..... 41
Figura 4 - Usuário e resultados com perfil de gênero musical Pagode ..... 70
Figura 5 – Resultados com Músicas Recomendadas para o Perfil Pagode como últimos lançamentos ..... 71
Figura 6 – Usuário com perfil de gênero musical Erudito ..... 72
Figura 7 – Resultados com Músicas Recomendadas para o Perfil Erudito como últimos lançamentos ..... 73
Figura 8– Usuário com perfil de gênero musical Rock ..... 74
Figura 9 – Músicas Recomendadas para o Perfil Rock ..... 75
Figura 10– Usuário com perfil de gênero musical Gospel ..... 76
Figura 11– Músicas Recomendadas para o Perfil Gospel ..... 77
Figura 12- Usuário com perfil de gênero musical Sertanejo ..... 78
Figura 13– Músicas Recomendadas para o Perfil Sertanejo ..... 79
Figura 14- Usuário com perfil de gênero musical Funk Carioca ..... 80
Figura 15 – Músicas Recomendadas para o Perfil Funk Carioca ..... 81
Figura 16 – Artistas Recomendados Pelo Youtube Rewind Brasil ..... 82
Figura 17 – Print vídeo Camaro Amarelono *Youtube Rewind Brasil* ..... 91
Figura 18 - Dupla Mariano e Munhoz – o perfil do cantor sertanejo universitáro: corte do cabelo, perfil jovem, despojado e musculoso, correntes, chapéu e cinto. ..... 92
Figura 19 - Harmonia básica da música *Camaro Amarelo* interpretada por Munhoz e Mariano ..... 93
Figura 20 - Print vídeo Show das Poderosas no *Youtube Rewind Brasil* ..... 99
Figura 21 - Cantora Anitta – o perfil da cantora: roupas curtas e insinuantes ..... 99
Figura 22 – Harmonia e melodia básica da música *Show das Poderosas* interpretada por Anitta ..... 102
Figura 23 - Print vídeo Mozão no *Youtube Rewind Brasil* ..... 105
Figura 24 - Cantor Lucas Lucco – o perfil do cantor sertanejo universitário: cabelo, tatuagens, perfil musculoso ..... 105

Figura 25 - Harmonia básica da música *Mozão* composta e interpretada por Lucas Lucco ..... 106
Figura 26 - Print vídeo *Escreve Aí* no *Youtube Rewind Brasil*..... 109
Figura 27 - Cantor Luan Santana – o perfil do cantor sertanejo universitário: cabelo, perfil jovem e musculoso, roupas modernas. ..... 110
Figura 28 – Início da partitura *Escreve Aí* interpretada por Luan Santana..... 112

# Lista de Tabelas

Tabela 1 - Obras e número de acessos ao Youtube Brasileiro nos últimos quatro anos 36
Tabela 2 - Estatísticas do Youtube Rewind ..... 37
Tabela 3 – Perfis desenvolvidos no Youtube ..... 69
Tabela 4 - Resultados atendendo ao Perfil Pagode ..... 70
Tabela 5 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Pagode ..... 71
Tabela 6 – Resultados atendendo ao perfil Erudito ..... 72
Tabela 7 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Erudito ..... 73
Tabela 8 - Resultados Perfil Rock ..... 74
Tabela 9 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Rock ..... 75
Tabela 10 - Resultados Perfil Gospel ..... 76
Tabela 11 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Gospel ..... 77
Tabela 12- Resultados Perfil Sertanejo ..... 78
Tabela 13- Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Sertanejo ..... 79
Tabela 14 - Resultados Perfil Funk Carioca ..... 80
Tabela 15- Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Funk Carioca... 81
Tabela 16 – Principais Faixas – Brasil Recomendadas Pelo Portal Youtube – todos os usuários (pagode, erudito, rock, religioso, sertanejo e funk carioca) ..... 82
Tabela 17 - Resultados do acesso ao Youtube Rewind Brasileiro – ano 2012 ..... 91
Tabela 18- Resultados do acesso ao Youtube Rewind Brasileiro – ano 2013 ..... 98
Tabela 19 - Resultados do acesso ao Youtube Rewind Brasileiro – ano 2014 ..... 104
Tabela 20 - Resultados do acesso ao Youtube Rewind Brasileiro – ano 2015 ..... 109
Tabela 21–Tabela de análise das músicas mais acessadas no Youtube Rewind Brasil de 2012 a 2015 ..... 116
Tabela 22 – Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2012 ..... 119
Tabela 23 – Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2013 ..... 120
Tabela 24 – Resultado geral de acesso ao youtube brasileiro 2014 ..... 121
Tabela 25- Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2015 ..... 122

# MÚSICA E *YOUTUBE* NO CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL: um enfoque de suas implicaçõescom a indústria cultural

## Sumário

INTRODUÇÃO ..... 13

CAPÍTULO 1 ..... 26

Youtube: sua história, estrutura e relação com o Google ..... 26

1.1 O Cyberspace ..... 28

1.2 - Youtube: história e estrutura ..... 30

1.2.1 - Relações entre Youtube e o Google ..... 32

1.2.2 - Youtube e Indústria Cultural ..... 35

1.2.3 - O Youtube Rewind e Youtube Rewind no Brasil ..... 36

1.3 - O Filtro invisível da Internet: "*don't be evil*" como retórica vazia. ... 38

1.4 -Indústria Cultural sob o foco dos pensadores ..... 42

CAPÍTULO 2 ..... 54

A obra musical e seus processos ..... 54

2.1 -A Obra Aberta: processos de criação e recepção ..... 54

2.2- Os Processos de Produção e de Circulação da obra ..... 63

2.2.1 – Montagem dos perfis de usuários no *Youtube* ..... 68

CAPÍTULO 3 ..... 85

As músicas mais acessadas do *Youtube* brasileiro nos anos 2012 a 2015: uma análise ..... 85

3.1.1 - A música mais acessada no ano de 2012 *no Youtube Rewind Brasil* 90

3.1.2 - A música mais acessada no ano de 2013 *no Youtube Rewind Brasil* 98

3.1.3 - A música mais acessada no ano de 2014 *no Youtube Rewind Brasil* ..... 104

3.1.4 - A música mais acessada no ano de 2015 *no Youtube Rewind Brasil* ..... 109

3.2 Tabela de análise das músicas mais acessadas no Youtube Rewind Brasil de 2012 a 2015 ..... 116

3.2.1 Tabela Geral de análise das músicas mais acessadas no Youtube Rewind Brasil de 2012 a 2015..... 119

CONSIDERAÇÕES FINAIS .....123

REFERÊNCIAS .....128

ANEXOS .....133

Anexo 1 – Partituras ..... 133

Anexo 2 – Transcrições de Entrevistas..... 145

Anexo 3 – Cd e Dvd com as músicas mais acessadas no youtube rewind brasil de 2012 a 2015. ..... 153

# INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como objeto de estudo quatro das vinte músicas[1]mais acessadas no *youtube* brasileiro nos últimos quatro anos, na sua relação com processos de criação, produção, circulação e recepção musical, sem perder de vista as possibilidades colocadas pelos mecanismos relacionados à Indústria Cultural[2]. Teve como ponto de partida um contexto peculiar ligado à minha experiência inicial como estudante e depois como performer vocal e como professor de canto, sobretudo, nas décadas de 1990 e inicio da década de 2000, a necessidade de editar partituras, difíceis de serem conseguidas na época por serem geralmente importadas, caras e pouco acessíveis. Circunstância que me levou ao aprofundamento do conhecimento do *cyberspace*, já que esse instrumento permitia editar e conseguir as partituras de forma mais rápida e prática, além de possibilitar outros domínios nessa área. O conhecimento e domínio alcançados, junto às atuações como artista/professor em apresentações musicais, *workshops* e aulas em diferentes lugares do país, o contato direto com as diversas possibilidades e informações colocadas por esse meio, levaram também à percepção de que a chamada "música comercial"[3], estimulada e determinada pela Indústria Cultural, tem tido uma força muito grande nas produções midiáticas no Brasil. Essa percepção, por sua vez, chamou atenção para a estrita relação que a mídia tem com o desenvolvimento dessa modalidade de música, trazendo uma curiosidade maior relacionada aos processos com ela implicados, ao seu papel no universo musical brasileiro.

Paralelamente a essas informações, constatações e reflexões, foi observado que uma das principais ferramentas utilizadas para a massificação musical contemporânea, massificação essa já preconizada pelos teóricos da Indústria Cultural, como por exemplo,

---

[1]A referência são as músicas mais acessadas no ***Youtube* brasileiro** nos últimos quatro anos (2012, 2013, 2014 e 2015), conforme as estatísticas do site *Youtube*, divulgadas pelo portal *Rewind Youtube* (portal que traz as músicas mais acessadas no *Youtube* de cada país). Importante colocar que foram selecionadas, dentre as mais acessadas no Brasil, somente as músicas cantadas em português.

[2] O conceito de Indústria Cultural definido por Adorno (2007a) pode ser resumido da seguinte forma: tentativa de padronizar a produção artística objetivando um produto comercial e de fácil reprodução em série, numa mercadoria feita em escala industrial que de um modo geral, incentiva o desenvolvimento de um consumismo desenfreado. Essa indústria orienta e leva à massificação musical, à produção da música comercial.

[3] Ver nota 2.

Theodor Adorno (ADORNO, 2007), é o site *Youtube*. O *Youtube* (BURGESS, 2009, p.17) surgiu no ano de 2005, criado por três funcionários da empresa de pagamentos *Paypal*. Foi comprado pelo *Google*[4] em outubro de 2006, devido ao seu sucesso estrondoso. É um portal de vídeos, músicas e filmes acessado em todo o mundo (salvo alguns países que o restringem), e a maioria do seu conteúdo é gratuito. *Youtube* vem da união das palavras *You* (você) e *Tube* (tubo) em inglês. Apesar de ser uma página de *software* proprietário, passa uma visão para todos que o acessam de liberdade irrestrita de informações, permitindo o contato com uma variedade de gêneros e estilos musicais. Obviamente, uma observação maior leva à percepção de que este portal possui uma grande estrutura corporativa[5] que gerencia o site, totalmente profissional e, possivelmente, orientada aos resultados. Essa suposição advém também da constatação de que os vídeos mais acessados possuem anúncios obrigatórios que devem ser assistidos no início, acessados por um tempo pré-determinado (5 segundos). Pariser (2012) e Lévi (1999), refletindo sobre as possibilidades e peculiaridades relacionadas à personalização do usuário, junto à oferta de "novos lançamentos" nos processos envolvidos com o *Youtube*, apontam para as possibilidades colocadas por um "Filtro Invisível[6]", relacionado às ações manipuladoras implicadas com mecanismos econômicos e publicitários. Visando o enfoque desse trabalho é importante mencionar ainda que desde 2010 o *Youtube* criou o *Youtube Rewind*, que traz a relação das músicas mais acessadas durante cada ano e que desde 2012 o *Youtube Rewind* brasileiro tem atuado também nesse sentido.

Diante de todo esse contexto vivenciado e observado, portanto, surgiram as seguintes questões: Que gêneros musicais correspondem às quatro músicas mais acessadas no *Youtube Rewind* na atualidade (2012 - 2015)? Há o predomínio de algum? Que características estilísticas apresentam? O que pode ser dito sobre a sua relação com os processos de criação, produção, circulação e recepção desta música? Como interage com os processos ligados à chamada indústria cultural? Que papel a estrutura corporativa do

---

[4]Google. Empresa fundada em 1997 por Larry Page e Sergey Brin com o objetivo de implementar um algoritmo de extração de dados que permitisse o manuseio de quantidades massivas de informações. O primeiro escritório do grupo foi no quarto de Larry Page. (CARMONA, 2004, p.7).

[5]Estrutura corporativa corresponde ao conjunto de relações formais entre os grupos e os indivíduos que constituem a organização. Define as funções de cada unidade da organização e os modos de colaboração entre as diversas unidades e é normalmente representada num diagrama chamado organigrama (ou organograma) (TEIXEIRA, 2005, p.101).

[6]Para Pariser (2012), filtro invisível tem a ver com "mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir. Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com idéias e informações" (PARISER, 2012, p.9).

*youtube* tem desempenhado nesse contexto? Assim, tentando responder essas questões, essa pesquisa teve como objetivo identificar os gêneros musicais que representam as quatro músicas mais acessadas no site *YoutubeRewind* brasileiro no período de 2012 a 2015[7], tendo em vista as suas peculiaridades estilísticas, os processos de criação, produção, circulação e recepção com eles envolvidos, visando esclarecer até que ponto estão implicadas com os mecanismos da indústria cultural e com a estrutura corporativa do site *youtube.* O recorte de tempo – 2012 a 2015 – tem em vista a abordagem do objeto desde a criação do *Youtube Rewind* brasileiro no ano de 2012 até o Tempo Presente. Já a seleção das quatro músicas que foram analisadas e interpretadas, é evidente, tem a ver com uma grande recepção por parte dos internautas que acessam o *Youtube Rewind*, com o maior número de acesso obtido no recorte de tempo já mencionado por aquelas que ocuparam o primeiro lugar em cada ano enfocado, divulgado pelos mecanismos estatísticos e informativos do site.

As primeiras leituras inspiradas por esse cenário de percepções, vivências e inquietações musicais levaram, num primeiro momento, ao conceito de Indústria Cultural conforme definido por Adorno, que remete a uma tentativa de padronizar a produção artística objetivando um produto comercial e de fácil reprodução em série, uma mercadoria feita em escala industrial que não incentiva o desenvolvimento do senso crítico e, sim, o consumismo desenfreado. Segundo esse integrante da Escola de Frankfurt[8],

> Os interessados adoram explicar a indústria cultural em termos tecnológicos. A participação de milhões em tal indústria imporia métodos de reprodução que, por seu turno, fazem com que inevitavelmente, em numerosos locais, necessidades iguais sejam satisfeitas com produtos estandardizados... os clichês seriam causados pelas necessidades dos consumidores: por isso seriam aceitos sem oposição (ADORNO, T., 2007ª, p.6).

Sem deixar de reconhecer a importância histórica dessas observações, estabeleci um diálogo inicial também com Benjamin (BENJAMIN, 2009), que afirma ter o século XX inaugurado um novo *sensorium* do homem ocidental. Isso aconteceu quando esse homem passou a interagir de forma mais decisiva e inevitável com a realidade das massas e do grande desenvolvimento tecnológico nas metrópoles, uma circunstância que,

---

[7]O *Youtube* possui um link que direciona diretamente para as estatísticas do site. Esse serviço está disponível em https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/media.html.

[8]A Escola de Frankfurt foi criada no ano de 1924. Esta corrente cultural foi a responsável pela disseminação de expressões como ‘indústria cultural’ e ‘cultura de massa’.

naturalmente, impôs transformações no comportamento e na produção de artistas, receptores e produtores culturais. Esse autor possibilitou abordagens mais amplas e mais contextuais, portanto, do fenômeno descrito de forma extremamente pessimista e "apocalíptica" por Adorno (ECO, 2008), afirmando que os objetos de arte, através da sua reprodução em formas diversas (fotografias, vídeos etc.), perdem a "aura" referente ao que é chamado de sua "autenticidade", mas ganham outras possibilidades de ressignificação relacionadas à sua produção, circulação, divulgação e fruição, o que abriu as portas para outras especulações e interpretações relacionadas ao processo mencionado por Adorno (2007a) e à relação da música com o novo *sensorium* inaugurado pela massa. Autores como Bourriaud (2004), Bauman(1998;2004b;2009)e Debord (2003), que discutem de forma mais direta processos relacionados à produção ligada ao consumo e à recepção da massa em períodos mais recentes, também foram consultados. Marcos Napolitano (2002), por sua vez, também foi lembrado nesse momento, quando discorre sobre os processos de criação, produção, circulação e recepção da obra musical, sua interação com o cenário sócio-cultural, dando um enfoque especial à canção popular, o que torna a sua abordagem pertinente em relação a esse trabalho.

Outro autor, com o qual o diálogo também pôde ser estabelecido através das primeiras leituras foi Bourdieu (2003), que permitiu mais reflexões ligadas aos processos abordados por Napolitano(2002), ao discorrer sobre campos de produção cultural[9], no caso desse trabalho, o campo de produção ligado à dimensão popular urbana da música, em que capitais simbólicos, econômicos e culturais[10] se interagem e se confrontam de forma específica no cenário musical brasileiro. Esses capitais, e forças daí resultantes, entram em interação no campo, tendo como ponto de partida não só as possibilidades colocadas pelo

---

[9]Bourdieu (2003) define um "campo de produção" como um "campo de forças", como um espaço de atuação social específica inerente a uma trama sócio-cultural, que remete às circunstâncias de lutas implicadas com os "capitais cultural, econômico e simbólico", que constituem as diferentes espécies de poder ou de capital que neles atuam. Um campo de produção cultural é constituído por agentes que incorporam *habitus* que lhes direciona a ação, ou seja, crenças, hábitos e valores, "gosto", que podem ser percebidos como predisposições para a ação.

[10]Para Bourdieu (2003), "as espécies de capital, à maneira dos trunfos num jogo, são os poderes que definem as probabilidades de ganho num campo determinado (a cada campo ou subcampo corresponde uma espécie de capital particular, que ocorre como poder e como coisa em jogo nesse campo). Por exemplo, o volume do capital cultural (o mesmo valeria, *mutatis mutantis* para o capital econômico) determina as probabilidades agregadas de ganho em todos os jogos em que o capital cultural é eficiente, contribuindo deste modo para determinar a posição no espaço social (na medida em que essa posição é determinada pelo sucesso no campo cultural). A posição de um determinado agente no espaço social pode assim ser definida pela posição que ele ocupa nos diferentes campos, quer dizer, na distribuição dos poderes que atuam em cada um deles, seja, sobretudo, o capital econômico – nas suas diferentes espécies - , o capital cultural e o capital social e também o capital simbólico, geralmente chamado prestígio, reputação, fama, etc. que é a forma percebida e reconhecida como legítima das diferentes espécies de capital." (ibidem, p. 133-135) Grifos meus.

*habitus*[11] incorporado pelos sujeitos que integram esse campo e sub-campo - os seus valores, práticas culturais, "um gosto", "um estilo de vida" - mas também o peso e posse simbólica implicados com os capitais ali dominantes, o que vai propiciar um cenário de lutas de representações[12]. No contexto dessa pesquisa, portanto, foi considerado o campo de produção musical ligado à dimensão popular urbana da música brasileira, tendo em vista as peculiaridades estilísticas da música ali produzida, as condições de produção, circulação e recepção dessa música ao interagir com as forças que atuam no campo, muitas vezes em diálogo com as forças de outros campos, com as instituições fomentadoras de políticas e produção cultural, com as forças econômicas e midiáticas, que implicam de forma direta nos mecanismos da indústria cultural.

Além de Adorno (2007a), que ao discorrer sobre a indústria cultural mencionou protótipos comerciais cultivados e divulgados pelos produtores culturais e pelas instituições midiáticas, Eco (1991) e Pareyson (2005) foram consultados na abordagem dos processos de criação e recepção da obra musical. Eco (1991) aponta nesses processos o encontro de dois mundos - o do criador e o do intérprete[13], referindo-se, nesse último caso, às infinitas possibilidades de interpretação da obra realizada por diferentes seres históricos, cada um com a sua bagagem pessoal, o que o levou a falar em "obra aberta". Assim, intérprete é aquele que no processo de recepção interpreta a obra, injetando-lhe novos significados e percepções. Nesse ato, busca reconstituir os caminhos percorridos pelo compositor, no entanto, ao apreender a obra, não deixa a sua condição de ser histórico, o que possibilita a "intersubjetividade" entre os dois mundos mencionados. As reflexões sobre os processos de criação e recepção musical, a partir dessas abordagens teóricas e no âmbito desse trabalho, no entanto, não prescindiram das relações que esses processos estabelecem com o cenário pós-moderno, conforme definido por Harvey (2005), assim como não prescindiram da observação do novo *sensorium* inaugurado por esse cenário,

---

[11]O conceito de *habitus* desenvolvido por Pierre Bourdieu pode ser conferido nas obras O poder simbólico. (Rio de Janeiro: Bertrand, 1989) e A sociologia de Bourdieu (ORTIZ, 2003), em que Renato Ortiz transcreve textos originais de Pierre Bourdieu.

[12]As representações, na abordagem de Chartier (CHARTIER, 2002), remetem às "configurações intelectuais múltiplas", aos "esquemas intelectuais incorporados" capazes de determinar "um ser-apreendido constitutivo de sua identidade"; tem a ver com o simbólico relacionado a processos identitários, já que esse processo é que dá suporte a elas, num viés que permite o diálogo com a própria noção de campo e *habitus* de Bourdieu, já mencionada. O autor, permite, a partir dessas afirmações, perceber as relações de poder existentes na efetivação do representacional, quando um grupo social se coloca na sua diferença frente a outro grupo social, nos conflitos e afirmações que a emergência e naturalização de novas representações representa no contexto de um campo de produção musical, o que o levou a falar em "lutas de representações", baseado em Bourdieu (2003).

[13]A palavra "intérprete" é utilizada aqui como sinônimo de "receptor", como o fazem Pareyson ( 2005) e Eco (1991).

advindo do convívio com os elementos que o forjaram, com as transformações profundas que incorpora, com o diálogo intenso que estabelece com a diversidade e com a tecnologia, com os processos midiáticos. Nesse momento, em que os processos de produção e circulação aparecem de forma marcante, autores como Carvalho (1999), Bourriaud (2004), Bauman (1998;2004b;2009) e Debord (2003) foram abordados.

Assim, os gêneros selecionados para a análise – as quatro músicas mais acessadas no *Youtube Rewind Brasil* compostas em português no período em questão – foram considerados matrizes culturais (gêneros musicais brasileiros), em diálogo específico com as forças, sentidos e significados do campo de produção musical em questão, sem implicar em juízo de valor. Foram percebidas nas suas peculiaridades estilísticas e inerência às circunstâncias ligadas ao cenário histórico com o qual interagem. Se um dos eixos norteadores desse trabalho remete a uma manipulação por parte do *Google* na escolha das principais músicas acessadas no *youtube*, que faz prevalecer os protótipos musicais, por outro lado, acredito que os mecanismos ligados à indústria cultural possuem elementos não abordados por Adorno que possibilitam uma análise capaz de permitir o acesso a outros aspectos ligados às condições de criação, produção, circulação e recepção da obra musical, aos aspectos comerciais e midiáticos implicados com esse contexto. Aspectos que, dentre outros, podem possibilitar outras experiências e novas reflexões ao se juntar às reflexões de Benjamin (2009) e Bauman (2009) sobre o novo *sensorium* que, inevitavelmente, caracteriza as tramas sócio-culturais urbanas modernas e pós-modernas, as circunstâncias do capitalismo contemporâneo conforme definidas por Harvey (2005) e Hall(2005a). Importante lembrar que a circunstância pós-moderna está estreitamente ligada à diversidade, pluralidade, a novas abordagens da tradição, à compressão do tempo e do espaço provenientes do grande crescimento das metrópoles, do desenvolvimento dos meios de comunicação e de transporte que favorecem de forma acentuada intercâmbios, processos de hibridação e de negociação cultural. Procuro manter aqui um olhar que busque diferentes aspectos, uma polifonia de vozes (BAKHTIN, 2003), portanto, na base dos processos ligados à indústria cultural, ao inevitável e grande desenvolvimento tecnológico e cibernético da atualidade, que têm a ver com a percepção de um novo *sensorium* relacionado às massas contemporâneas.

A revisão bibliográfica possibilitou constatar que a bibliografia relacionada ao objeto de estudo dessa pesquisa ainda não faz juz à grande inserção que a informática tem na sociedade hoje. A busca em bancos de teses e dissertações das principais universidades brasileiras disponíveis na internet trouxe o contato com alguns poucos trabalhos que

chamaram atenção, podendo ser destacado aqui o trabalho de Gabriel da Silva Vieira -*O Home Studio Como Ferramenta para o Ensino da Performance Musical*(VIEIRA, 2010)– uma dissertação de mestrado defendida no programa de pós-graduação da Escola de Música e Artes Cênicas da UFG, que abordou as minúcias do funcionamento de um *home studio* e sua interação com a performance musical, enfocando também o viés da tecnologia e educação musical; a dissertação de mestrado de Manuela Monti (2012) - *As possibilidades de reflexão na indústria cultural* – defendida no PPG da Universidade de São Paulo, que aborda a teoria crítica e a indústria cultural; e o trabalho de Luciana Ferreira Moura Mendonça (2004)- *Do mangue para o mundo: O local e o global na produção e recepção da música popular brasileira* - uma tese de doutorado defendida na Universidade de Campinas (UNICAMP), que apresenta a teoria da comunicação aplicada à música popular brasileira. Mas de um modo geral os trabalhos são poucos, e nenhum questiona as questões da indústria cultural relacionada de perto *ao site youtube*, ao *Youtube Rewind*, às estatísticas que apresentam, e às possibilidades de intervenção que a sua estrutura corporativa oferece. Diante dessa revisão bibliográfica realizada, pôde ser observado que há um número reduzido de trabalhos mais próximos à abordagem em questão. Esse fato levou à pretensão de afirmar que essa pesquisa se justifica por contribuir com uma historiografia musical que se mostra escassa, tendo em vista a grande penetração da *internet* no cotidiano das tramas culturais atuais. Do mesmo modo se justifica por possibilitar reflexões relacionadas a um objeto de estudo que se mostra bem atual, ensejando que pode servir como suporte para outras investigações semelhantes. Investigações com possibilidades de gerar conhecimentos sobre assuntos pouco explorados no país, tais como o *site Youtube, o Youtube Rewind*, a temática Tecnologia Musical nas suas implicações com a Musicologia Contemporânea. Além dessas pontuações iniciais, numa segunda instância, esse trabalho se justifica por apresentar a abordagem de um objeto que vem de encontro a alguns dos investimentos propostos por uma Nova Musicologia nos dias atuais (VOLPE, 2007): o enfoque de novos objetos, do trabalho interdisciplinar, de outras abordagens teórico-conceituais. Proposições diferentes daquelas relativas aos primórdios desse campo de estudo, quando o interesse se concentrava, sobretudo, na música ocidental européia, e os produtos da cultura popular eram considerados pela área como “exóticos” (KERMAN, 1987).

Assim, essa pesquisa teve como objetivo identificar os gêneros musicais relacionados às quatro músicas mais acessadas no site *Youtube Rewind* brasileirono período de 2012 a 2015, tendo em vista as suas peculiaridades estilísticas, os processos de

criação, produção, circulação e recepção com eles envolvidos, com o intuito de esclarecer até que ponto esses gêneros estão implicados com os mecanismos da indústria cultural, com a estrutura corporativa do site. Teve como objetivos específicos buscar um entendimento mais aprofundado da ferramenta chamada *Youtube, Youtube Rewind,* de sua estrutura corporativa; analisar os processos de criação, produção, circulação e recepção envolvidos com as obras e com o campo de produção musical analisados; identificar o papel da Tecnologia Musical nesses processos; avaliar o papel da mídia na divulgação das músicas mais acessadas no *youtube* brasileiro; compreender os mecanismos atuais que a Indústria Cultural utiliza ao interagir de forma peculiar e acentuada com o cenário atual Pós-Moderno e globalizado.

Em termos metodológicos, essa pesquisa privilegiou uma abordagem qualitativa do objeto na sua interação com alguns elementos quantitativos disponibilizados pelo site *Youtube Rewind Brasil*. Predominou a preocupação com a análise e interpretação de elementos inseridos na trajetória pessoal e cultural dos sujeitos, elementos resultantes da interpretação das fontes selecionadas nesse trabalho. Severino (2012) lembra que

> quando se fala de pesquisa quantitativa ou qualitativa, e mesmo quando se fala de metodologia quantitativa ou qualitativa, apesar da liberdade de linguagem consagrada pelo uso acadêmico, não se está referindo a uma modalidade de metodologia em particular. Daí ser preferível falar-se de *abordagem quantitativa*, de *abordagem qualitativa*, pois, com estas designações, cabe referir-se a conjuntos de metodologias, envolvendo, eventualmente, diversas referências epistemológicas. São várias metodologias de pesquisa que podem adotar uma abordagem qualitativa, modo de dizer que faz referência mais a seus fundamentos epistemológicos do que propriamente a especificidades metodológicas (SEVERINO, 2012, p. 119).

Terence (2006), já mencionando de forma mais direta a abordagem qualitativa lembra que

> a pesquisa qualitativa não se restringe à adoção de uma teoria, de um paradigma ou método, mas permite, ao contrário, adotar uma multiplicidade de procedimentos, técnicas e pressupostos. **Convencionou-se chamar as investigações que recaem sobre a compreensão das intenções e do significado dos atos humanos, de pesquisa qualitativa** (idem, 2006, p. 2). [Grifos meus].

Assim, foi realizado levantamento bibliográfico e documental. O investimento no levantamento bibliográfico[14] possibilitou chegar a autores, já citados no corpo do texto, que fundamentam teoricamente esse trabalho. Por outro lado, esse levantamento permitiu adotar autores que possibilitaram acesso a informações importantes sobre os processos informáticos analisados, sobre o *Youtube,* como é o caso de Carmona (2004), Levy(1999), Burgess (2009) e Pariser (2012), assim como possibilitou citar autores que fundamentam a abordagem do cenário pós-moderno, como é o caso de Harvey (2013), Bauman (1998) e Hall (2005a).

Já o levantamento documental permitiu o contato com fontes que possibilitaram a discussão e interpretação do objeto de estudo, reflexões sobre as relações que estabelece na trama cultural observada. São elas: arquivos virtuais de jornais de grande circulação na cidade, matérias e reflexões relacionadas ao objeto; fontes sonoras e áudio/visuais=>Vídeo-clips da internet (*youtube*), DVDs, Cds e outrosmeios propiciadores da apreciação musical das obras selecionadas; fontes iconográficas: fotos, folders, cartazes, encartes, capazes de evidenciar momentos peculiares de performance, elementos de produção cultural; fontes virtuais (internet) => entrevistas, estatísticas e análises do próprio *site Youtube*, *Youtube Rewind,* artigos, fotos, documentários, reportagens relacionados ao tema proposto, instituições (*Google*) e sites (*youtube* e *youtube rewind)* também na sua relação com os efeitos do *Facebook; Instagram e Whatsapp*); e, finalmente, fontes orais, entrevistas semi–estruturadas.

Foram entrevistados[15]02 compositores, 02 intérpretes, 02 produtores musicais (consegui pouco retorno dessa categoria), 04 divulgadores culturais, visando informações que pudessem ser relacionadas aos processos de criação, produção, circulação e recepção dos gêneros selecionados para análise e interpretação, informações advindas de agentes que compõe o campo de produção musical ligado ao universo da música popular urbano brasileiro, informações sobre a ligação profissional desses sujeitos da pesquisa com o *Youtube e com o Youtube Rewind*. Esses foram os critérios de inclusão na pesquisa considerados. Os relatos foram analisados também, tendo em vista a evidência de representações sociais relacionadas a processos identitários inerentes ao campo de produção musical em questão. Importante também observar que as entrevistas semi-

[14]De acordo com Gil (2010) a pesquisa bibliográfica "é entendida como um estudo exploratório, posto que tem a finalidade de proporcionar a familiaridade do aluno com a área de estudo na qual está interessado, bem como sua delimitação" (ibidem, p.46).

[15]Os entrevistados têm idade mínima de 18 anos, são usuários frequentes do *Youtube* com finalidades profissionais (performer, compositor, produtor) ou de fruição das obras (público ouvinte – receptor das obras musicais hospedadas no *Youtube*).

estruturadas, conforme abordadas por Trivinos(1987)foram escolhidas como técnica nesse projeto, porque

> tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Os questionamentos dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O foco principal seria colocado pelo investigador-entrevistador. "[...] a entrevista semi-estruturada favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]" além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987, p. 152).

Os relatos colhidos, do mesmo modo que as fotos, também foram considerados um campo do representacional, capazes de revelar representações relacionadas ao campo de produção musical popular urbana, às peculiaridades das relações que ali se estabelecem, às interações dos diferentes capitais que neles se interagem, às relações que estabelecem com outros campos e sub-campos de produção cultural/musical.

Partituras e edições musicais referentes às quatro obras mais acessadas no *Youtube Rewind* foram analisadas e interpretadas buscando a identificação dos gêneros musicais e suas peculiaridades estilísticas. Importante frisar que foi realizada também a transcrição de trechos das obras selecionadas que não foram ainda publicadas ou editadas. Essas transcrições, junto a partituras e edições, foram analisadas e interpretadas tendo sempre em vista a interação da organização sonora com elementos colhidos na observação da performance e do estudo do cenário sócio-cultural com o qual obra e compositor interagem. Concordo com Napolitano (2002, p. 83) quando observa que

> a performance é um elemento fundamental para que a obra exista objetivamente. [...] A partitura [edição e transcrição] é apenas um mapa, um guia para a experiência musical significativa, proporcionada pela interpretação e pela audição da obra. Seria o mesmo equívoco de olhar um mapa qualquer e pensar que já se conhece o lugar nele representado. No caso da música popular o registro fonográfico se coloca como eixo central das abordagens críticas, principalmente porque a liberdade do *performer* (cantor, arranjador ou instrumentista) em relação á notação básica da partitura é muito grande.

Imagens e produção relacionadas às músicas e aos vídeos, representações sociais objetivadas nesses processos, também foram analisados e interpretados. Ferrara

(1984) se tornou importante nesse momento, ao se referir a uma abordagem metodológica baseada em alguns elementos de uma análise fenomenológica que pressupõe uma "audição e observação abertas" (várias audições do pesquisador seguidas da observação e avaliação das gravações/vídeosclips, completamente "despido" da condição de ser histórico e da erudição alcançada). Essa "audição e observação abertas" se alternou com três níveis de análise que não obedeceram uma sequência lógica, acontecendo de forma intrincada uns com os outros: análise sintática (análise da organização sonora, da performance e das imagens em si), análise semântica (que busca encontrar significantes em relação ao contexto analisado) e análise ontológica (que faz a relação significante/significados relacionados a esse contexto). Teve-se em vista também as obras apreciadas como um "campo do representacional", segundo agora Moscovici (1978)[16], que favorece a percepção de conceitos, categorizações, valorações e classificações relacionadas à interação do compositor com o seu tempo, espaço e campo de produção musical.

Importante colocar ainda que na abordagem da circulação dos vídeos e obras musicais no site *Youtube* foi adotada uma estratégia que consisitiu na criação de seis usuários visando a indicação de músicas para o seu perfil (pagode, erudito, rock, religioso, sertanejo, *funk* carioca). Essa estratégia possibilitou identificar não só a sugestão de músicas para os perfis, mas também a indicação de "últimos lançamentos" que eram indicados, de um modo geral, para todos os perfis, o que possibilitou reflexões sobre a possibilidade de estar ali um elemento de manipulação do usuário no sentido de direcionar a sua audição, um elemento voltado para estratégias comerciais do site. A escolha do perfil dos usuários está ligada à busca de uma diversidade de perfis e a músicas muito acessadas no site.

Os dados levantados através das fontes mencionadas foram analisados, interpretados e cruzados durante o processo de investigação, visando confrontar semelhanças, diferenças e interações, nos processos analisados. Isso, tendo em vista sempre comprovar a pressuposição de que as quatro músicas mais acessadas no período recortado (2012-2015), analisadas e interpretadas nos seus processos de criação, produção, circulação e recepção, na sua inerência ao campo de produção musical popular urbano comteporâneo, se revelam, sobretudo, como protótipos musicais, e, nessa condição, participam dos conflitos e lutas de representações característicos desse campo e da sua

[16]Lembro que a identificação das representações, das relações simbólicas, na apreciação das obras selecionadas, remete à utilização da representação como instrumento de análise, conforme mencionado também por Moscovici (1978).

interação com o cenário pós-moderno, da interação peculiar dos capitais cultural, econômico e simbólico, o que implica também numa condução desse processo pela estrutura corporativa do *youtube*.

Para que se chegasse aos objetivos propostos e através da abordagem teórico-metodológica indicada, esse trabalho foi estruturado em Introdução, três Capítulos e Considerações Finais. O primeiro Capítulo versa sobre o *Youtube*[17], sua história e estrutura, suas relações com o *Google* e com o *Youtube Rewind*[18]. São comentadas as interações contemporâneas entre o *Youtube* e a Indústria Cultural na pós-modernidade, a conexão entre os resultados personalizados obtidos pelo *Youtube* utilizando-se o *Filtro Invisível* (PARISER, 2012). O segundo capítulo já comenta os processos de criação, produção circulação e recepção da obra musical, tendo como ponto de partida a referência a esses processos de Marco Napolitano (2002). Passando pelos protótipos comentados por Adorno (2007), pela abordagem do novo *sensorium* inaugurado pelas massas no século XX (BENJAMIN, 2009), pela obra aberta e processos de recepção conforme discutidos por Eco (1991) e Pareyson(2005), chega a autores que discutem esses processos na contemporaneidade, no cenário pós-moderno que se caracteriza pela diversidade, pelo desenvolvimento intenso da mídia, pela interação com um capitalismo que utiliza bens simbólicos locais para incrementar o consumo desenfreado (BOURRIAUD, 2009), (DEBORD, 2003), (BAUMAN, 1998). No final desse capítulo foi realizada a estratégia que visava a circulação das obras na internet, que levou à criação de 06 usuários submetidos ao Filtro Invisível conforme reflexões de Pariser (2012) e Lévy (LÈVY, 1999). O terceiro Capítulo, por sua vez, apresenta o resultado da pesquisa que levou às quatro músicas mais acessadas no *Youtube* brasileiro[19]entre 2012 a 2015, demonstradas através de resultados obtidos diretamente no site *Youtube Rewind*[20] de cada ano pesquisado. Cada música deu origem a um vídeo e uma partitura, que foram analisados e interpretados, levando à consideração que houve o predomínio do gênero sertanejo universitário seguido do *funk* carioca, considerados na sua interação com o cenário pós-moderno, o que inclui os elementos que integram o consumo no capitalismo contemporâneo e as interações com o *sensorium* das massas, conforme os autores abordados. As Considerações Finais trouxeram reflexões sobre as respostas às perguntas formuladas no início da pesquisa, que foram

[17]https://www.youtube.com/. Acesso em 08/11/2015.
[18]https://www.youtube.com/user/theyearinreviewBR. Acesso em 08/11/2015.
[19]https://www.youtube.com/?hl=pt&gl=BR. Acesso em 08/11/2015.
[20]https://www.youtube.com/user/theyearinreviewBR. Acesso em 08/11/2015.

respondidas a partir do trabalho realizado no desenvolver da investigação. Anexos foram apresentados no final, incluindo CDs, DVDs, organizados pelo pesquisador.

# CAPÍTULO 1

## *Youtube*: sua história, estrutura e relação com o *Google*

O "solo histórico"[21] que interage com o objeto de estudo deste trabalho se situa na Contemporaneidade[22], o que requer que se aborde algumas circunstâncias ligadas ao termo pós-modernidade. Estudiosos como Giddens (1991) falam que vivemos tempos em que as consequências da modernidade estão se universalizando e radicalizando, mas que ainda assim não poderíamos perceber um período chamado 'pós-modernidade'. Alguns outros teóricos, por sua vez, preconizam que a modernidade já foi superada e que vivemos outro período histórico que se diferencia do anterior, com os quais concordo. Chamam a este período contemporâneo Pós-Moderno ou Pós-Modernidade (MORAES; BARRA, 2007). Mas o que interessa, é que a sociedade chamada pós-moderna, que evidencia transformações no palco sócio-cultural contemporâneo, tem revelado uma fragmentação das identidades sociais, até então relacionadas a um sujeito unificado:

> A assim chamada "crise de identidade" é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2005, p.7)

Stuart Hall (2005, p. 8) comenta que as identidades na pós-modernidade estão sendo "'descentradas', isto é, deslocadas ou fragmentadas" . Esta sensação de estranhamento, fragmentação e angústia contemporâneanão passou despercebida por

---

[21]"Podemos afirmar que o ponto de partida do solo histórico é a materialização da essência humana que contempla a natureza, os objetos sociais ou os objetos produzidos pelas relações sociais que se tornam a totalidade da subjetivação dos indivíduos dos sujeitos" (BENEDETTI; BÁRCARO, 2008, p.13).

[22]"As mudanças no cenário atual, sejam elas de ordem política, econômica, cultural ou social, aceleradas pelo avanço tecnológico, principalmente a Internet, caracterizam a contemporaneidade" (FRANCO, 2008, p.49).

outros autores. Bauman também menciona uma “modernidade líquida”, em lugar do termo pós-modernidade, que seria caracterizada por um desmanchar da solidez da identidade contemporânea (FRAGOSO, 2013), já percebida desde as investigações de Karl Marx, quando esse autor afirmou que “tudo que é sólido se desmancha”. Definições que antes ajudavam a situar o indivíduo dentro de uma sociedade, agora não mais os rotulam: “O grupo de parentesco, a comunidade tradicional fechada e isolada, os laços e obrigações sociais fundados na afetividade e na tradição, a religião, dentre outros, foram, de certa forma, ‘derretidos’ pelo progresso moderno” (ibidem, p. 109). Bauman aponta para o fato do hedonismo contemporâneo assumir destaque na (in)definição contemporânea de identidade:

> Os mal-estares da modernidade provinham de uma espécie de segurança que tolerava uma liberdade pequena demais na busca da felicidade individual. Os mal-estares da pós-modernidade provêm de uma espécie de liberdade de procura do prazer que tolera uma segurança individual pequena demais (BAUMAN, 1998, p.10).

Na modernidade líquida os indivíduos não mais possuem padrões de referência para se inserir dentro dos conceitos de classe e cidadão, para Bauman existe uma “era de comparabilidade mundial” onde os indivíduos lutam acirradamente para se inserir em uma sociedade econômica e social de matiz elitista (idem, 2001). Nesse contexto, a humanidade, antes defendida com tanta força no Iluminismo, cedeu lugar ao capitalismo contemporâneo “2.0”, pessoas se transformaram em mercadorias (idem, 2008). A necessidade de se comprar e depois comprar de novo, por achar que a antiga compra está obsoleta, foi analisada por Bauman em minúcias na obra citada. Em *Vidas para Consumo,* o autor fala da voracidade contemporânea das pessoas em busca de notariedade, fama, de ser “seguido” e “cultuado” nas redes sociais. Segundo o autor, “numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fadas”(BAUMAN, 2008, p.22).

Esta interação entre as pessoas, servindo como mercadoria, requer uma organização administrativa para se oferecer o produto certo para o consumidor certo. Assim, o Filtro Invisível, conforme abordado por Pariser (2012), cumpre esta função com esmero, embora as interações destes comportamentos midiáticos já tenham sido previstos

no cinema e literatura[23]. Lembro ainda com Harvey (1994), que o cenário do homem pós-moderno são as grandes megalópolis, que interagem com "o tempo e espaços comprimidos" pelo grande desenvolvimento dos meios de transporte, que possibilitaram encontros culturais intensos e constantes, da tecnologia, dos meios de comunicação, que trouxeram o contato com a internet e seus elementos constitutivos,circunstâncias que a segunda revolução industrial possibilitou (COTRIM, 2002). Megalópolis em que "um bem local", significativo, percebido também como uma "citação histórica" é utilizado como uma mola propulsora do consumo, passando a interagir com o espaço em que grandes processos de hibridação (CANCLINI, 1997) se efetivam, diferentes possibilidades de "negociação" cultural. Depois desta breve abordagem do cenário contemporâneo, buscando situar elementos da Pós-Modernidade, sigo agora com algumas implicações desse cenário que interagem com esta investigação, alguns conceitos relacionados ao objeto de estudo.

### 1.1 O Cyberspace

A abordagem do objeto de estudo desse trabalho, implicado com as quatro músicas mais acessadas no *Youtube Rewind* brasileiro nos anos de 2012, 2013, 2014 e 2015, nas suas relações com a Indústria Cultural, levou esse primeiro capítulo a tratar de alguns conceitos que se fazem indispensáveis para o acompanhamento dessa linha de investigação. Embora muitas vezes confundidos, os termos *Cyberspace*[24]e *Cybercultura* são diferenciados. O termo *Cybercultura* (LÈVY, 1999) reporta à somatória de técnicas, práticas, comportamentos, modos de pensamento e valores que agregam sentido e também são influenciadas pelo crescimento do *Cyberspace*. O termo *Cyberspace*, por sua vez,foi cunhado por Willian Gibson no conto chamado *Burning Chrome*em 1982. É mais comum ser encontrado que a origem do termo está no livro *Neuromancer*[25](GIBSON, 2003), com edição original publicada no ano de 1984. O tradutor de *Neuromancer*, Alex Antunes, no prefácio à edição brasileira (ibidem, p. 5-6) dessa obra, afirma que no" conceito criado por Gibson neste livro, o *cyberspace*, é uma representação física e multidimensional do

[23]O Filme *2001 Uma Odisséia no Espaço* e *1984* de George Orwell, entre outros. (2001, 1968); (ORWELL, 2003).
[24]Opto aqui por utilizar a palavra em seu original inglês, ***cyberspace***, por considerar o corresponde em português ***ciberspace***, como um neologismo descaracterizado do significado original. O mesmo vale para a palavra ***site***, que em português teria como tradução ***sítio***.
[25]*Neuromancer* é um dos mais famosos romances do gênero cyberpunk, uma subdivisão da ficção científica.

universo abstrato da 'informação'. Um lugar pra onde se vai com a mente, catapultada pela tecnologia, enquanto o corpo fica pra trás.”.

A interação entre homem e máquina, com a virtual possibilidade de vivenciar emoções de maneira sintética e longe do corpo físico, portanto, ficou evidenciada por este conceito. A internet seria o “corpo físico” descarnado dos *Neuromancers*, sendo um ***mass midia***[26] hegemônico para transmissão de dados na pós-modernidade. Afinado com este conceito considerado ‘clássico’, a definição de Lévy (1999) esclarece os elementos que constituem o *cyberspace*:

> O cyberspace (que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÈVY, 1999, p. 49).

Este autor discute também o impacto funcional do *cyberspace*, buscando uma reflexão que se aproxima da literatura, no sentido de dar uma ‘explicação’ do que seria a mudança ontológica que o *cyberspace* forneceu para a humanidade:

> cibercultura leva a copresença das mensagens de volta a seu contexto como ocorria nas sociedades orais, mas em outra escala, em uma órbita completamente diferente. A nova universalidade não depende mais da autosuficiência dos textos, de uma fixação e de uma independência das significações. Ela se constrói e se estende por meio da interconexão das mensagens entre si, por meio de sua vinculação permanente com as comunidades virtuais em criação, que lhe dão sentidos variados em uma renovação permanente (ibidem, p. 44).

Esta nova maneira de relacionar, propagar e guardar informações já foi notada por outros pensadores contemporâneos, como Canclini(2008)que também chama atenção para as transformações que vieram com esse universo da computação:

> Certos setores procuram êxito social a partir de recursos diferentesdos da cultura letrada. Outros recolocam as publicações em circuitos e modos de informação diferentes, nos quais não se lê menos, mas, sim, de outra maneira. Os jornais diminuem a tiragem, mas centenas de milhares os consultam por dia na internet. Diminuem as livrarias, mas

[26]Os sistemas organizados de produção, difusão e recepção de informação, são também conhecidos pelo termo ***mass media***.

> aumentam os cibercafés e os meios portáteis de enviar mensagens escritas e audiovisuais.(CANCLINI, 2008, p.58)

As reflexões que tomam por base o impacto da internet no cotidiano, ainda estão em estágio preliminar, o homem foi tomado de assalto por esse fenômeno, e, suas implicações, como a AI (Inteligência Artificial[27] em inglês), ainda não são inteiramente conhecidas pelos estudiosos, apesar de seu conteúdo ser polêmico e contemporâneo. Interagindo com todo esse contexto, transformações tecnológicas e indefinições, apareceu o *youtube*.

### 1.2 - *Youtube*: história e estrutura

O *Youtube* (BURGESS et al., 2009, p.17) surgiu em fevereiro de 2005, criado por três funcionários da empresa de pagamentos *Paypal (Jawed Karim, Steve Chen e Chad Hurley).* A empresa funcionava em um escritório acima de uma pizzaria em San Matteo, perto de San Francisco (LEVY, 2012, p.301).

O primeiro vídeo postado tem o nome *Me At The Zoo* e hoje é considerado um vídeo histórico com milhões de acessos[28]. O *Youtube* foi comprado pelo *Google*[29]em outubro de 2006[30], devido ao seu sucesso estrondoso. Em novembro de 2007 já era o site de entretenimento mais popular do Reino Unido, deixando o site da BBC em segundo lugar no começo de 2008, e já aparecendo, de acordo com vários serviços de medição de tráfego da web, como um dos dez*sites* mais acessados no mundo. Algumas explicações para o sucesso deste portal foram dadas pelo fundador do *Youtube* Jawed Karim, que credita o sucesso do portal a algumas características especiais:

> recomendações de vídeos por meio da lista de “Vídeos relacionados”, um link de e-mailque permite o compartilhamento de vídeos, comentários (e outras funcionalidadesinerentes a redes sociais) e um reprodutor de vídeos que pode ser incorporado (embed)em outras páginas da internet(BURGESS, 2009, p.19).

As sugestões para a visualização de vídeos, em consonância com os estudos do Filtro Invisível(PARISER, 2012),também foram notadas por Lévy (2012):

---

[27]Sistemas que pensam e atuam como seres humanos (GOMES, 2010).
[28]Disponível: https://www.youtube.com/watch?v=zkZcIKuA614. Acesso em 21/07/2015.
[29]Google. Empresa fundada em 1997 por Larry Page e Sergey Brin com o objetivo de implementar um algoritmo de extração de dados que permitisse o manuseio de quantidades massivas de informações. O primeiro escritório do grupo foi no quarto de Larry Page. (CARMONA, 2004, p.7).
[30]Foi comprado pelo Google por 1,65 bilhões de dólares (BURGESS et al., 2009, p.18).

> Assim que um vídeo terminava, o site oferecia sugestões de diversões similares, ou, às vezes, ao assistir àquele clipe, o usuário se lembrava de alguma outra coisa que queria ver (ibidem, p. 303).

Mas o site chamou atenção mundial quando um vídeo, possuindo direitos autorais da NBC Universal, obteve 5 milhões de visualizações em fevereiro de 2006, até ser retirado do ar por pressão da empresa detentora dos direitos. Isto provocou uma discussão mundial sobre o *Youtube* e seu papel como veículo de massa. É um portal de vídeos, músicas e filmes acessado em todo o mundo (salvo alguns países que o restringem), e a maioria do seu conteúdo é gratuito. *Youtube* vem da união das palavras *You* (você) e *Tube* (tubo) em inglês, no sentido de "você televisiona" ou "você transmite". Este incentivo para o usuário divulgar e produzir seu próprio conteúdo está implícito no seu subtítulo ***"Broadcast Yourself"*** que pode ser traduzido livremente como 'compartilhamento de mídia em grande escala por você mesmo' (BURGESS, 2009).

O *Youtube* se transformou, ao longo da sua trajetória, em uma plataforma e um agregador de conteúdo, mesmo não produzindo o conteúdo em si[31]. Tornou-se parceiro de negócios para os produtores de vídeo, conseguindo atrair atenção para os conteúdos produzidos em troca de participação nos lucros das vendas conseguidas através de anunciantes. [32] Apesar de ser uma página de *software* proprietário, passa uma visão para todos que o acessam de liberdade irrestrita de informações, permitindo o contato com uma variedade de gêneros e estilos musicais. Obviamente, uma observação maior leva à percepção de que este portal possui uma grande estrutura corporativa[33] que gerencia o site, totalmente profissional e orientada aos resultados. Essa afirmativa pode ser confirmada através da constatação de que os vídeos mais acessados possuem anúncios obrigatórios que devem ser assistidos no início, acessados por um tempo pré-determinado (5 segundos).[34] Hoje a empresa *Google* detém o controle sobre o site Youtube.

---

[31]Isto é denominado de metanegócio: nova categoria de negócio que gerencia informações desenvolvidas por outros agentes, e posteriormente as vende, agregando valor ao produto inicial. O site Itunes representa um metanegócio da música, enquanto o *Youtube* é a empresa de metanegócio de vídeos hegemônica mundialmente.

[32]Este procedimento de arrecadação financeira através das visualizações do *Youtube* é chamado de ***monetização*** e possui uma complexa rede de regras para o cálculo de pagamento em relação ao número de visualizações. Estes pormenores fogem ao escopo principal desta investigação.

[33]Estrutura corporativa. Corresponde ao conjunto de relações formais entre os grupos e os indivíduos que constituem a organização. Define as funções de cada unidade da organização e os modos de colaboração entre as diversas unidades e é normalmente representada num diagrama chamado organigrama (ou organograma). (TEIXEIRA, 2005, p.101)

[34]Ver nota explicativa nº 27.

### 1.2.1 - Relações entre *Youtube* e o *Google*

O *Youtube* foi adquirido em outubro de 2006[35], por 1,65 bilhão de dólares em ações do *Google* e a transação foi concluída em 13 de novembro de 2006[36]. Foi a maior transação feita pela empresa até hoje, e que obteve o maior impacto (LEVY, 2012, p.300). O preço de 1,65 bilhões de dólares foi justificado pelo CEO(*Chief Executive Officer*, Diretor Executivo em português) do *Google* Schmidt, não só em valor de mercado atual, mas também baseado no que viria a valer no futuro:

> Esta é uma empresa com muito pouca receita, crescendo rapidamente com a adoção dos usuários, crescendo muito mais rapidamente do que o *Google Vídeos*, o produto da empresa de *Mountain View* […] Na dinâmica dos acordos, o preço, lembrem-se, não é estabelecido pelo meu julgamento, ou pelo modelo financeiro ou pelo fluxo de caixa descontado. Ele é definido pelo que as pessoas estão dispostas a pagar. E, no final, concluímos que 1,65 bilhões incluía uma recompensa por se mover mais rapidamente e por assegurar que poderíamos participar do sucesso do YouTube (LEVY, 2012, p.308)

Outras empresas como o *Yahoo* também desejaram ter esta plataforma disponível em seu *cast* de produtos, e durante todo o ano de 2006, os fundadores do *Youtube* recusaram propostas recorrentes de alguns milhares de dólares:

> Eles falavam em algumas centenas de milhões de dólares, e nós achávamos que haveria uma oportunidade melhor. “Nossa ideia era a de que levaríamos isso o mais longe possível”, comenta Hurley, resumindo de forma impecável a dinâmica da vacilação do YouTube. Hurley e seus parceiros estavam construindo uma empresa a longo prazo, enquanto simultaneamente se equilibravam para aceitar a oferta certa, da companhia certa (Ibidem, p. 306).

O motivo principal da venda do *Youtube* foi a dificuldade de manutenção financeira de um projeto que se tornou de penetração mundial, reproduzindo milhões de vídeos por dia. “Aumentar a infra-estrutura requereria muito mais capital do que os 3,5

---

[35]Vários links de internet, jornais e revistas de circulação não científica são utlizados como apoio para verificação dos dados apresentados, já que o assunto é contemporâneo e os escritos científicos formais são incipientes ainda na análise do cyberspace; isto não significa que estas citações serão consideradas as únicas disponíveis para essa investigação, já que livros, entrevistas, análises musicais e visuais foram embasadas em vários autores tradicionais, como pode ser conferido nas referências.

[36] Reuters. "Google closes $A2b YouTube deal",The Age, 14 de novembro de 2006. Disponível em http://www.theage.com.au/news/Busness/Google-closes-A2b-YouTube-deal/2006/11/14/1163266548827.html. Página visitada em 5 de agosto de 2015.

milhões de dólares que a empresa havia originalmente recebido da Sequoia.[...] para isso a empresa precisaria se esforçar muito. Oferecer milhões de vídeos todos os dias custava caro demais.” (Ibidem, p.307).

Apesar desta constatação de matriz econômica, o *Youtube* alcançou eficácia no compartilhamento e produção pessoal de vídeos na internet, coisa que o *Google Video* nunca conseguiu. Isto não passou despercebido e foi a causa magna da compra do produto pela empresa: “... o *YouTube* começava a se tornar uma versão em vídeo da busca do *Google*...” (ibidem,p.303). Este reconhecimento veio explicitado na fala de David Drummond, assessor jurídico do *Google*: “E então, certo dia, nós vimos o *YouTube* constituindo uma marca divertida e arrojada, algo que o *Google* Vídeos não era. Imaginamos que, se você colocasse aquele produto na plataforma do *Google*[...] aquilo seria realmente acelerado...” (idem, p.306)

O *Google* possui uma política agressiva de compra de produtos que interessem ao grupo[37], que começou em 2001, ao lado do desenvolvimento de produtos próprios[38], e desenvolveatualmente um forte lobby político[39]. Os relatórios financeiros relacionados ao *Youtube* não são divulgados pelo *Google*[40] (as receitas do *YouTube* em2007 foram anotadas como “nãomateriais” emum arquivamento regulador). Em junho de 2008, um artigo da revista Forbes projetou a receita do YouTube em 200 milhões de dólares para 2008[41].

O *Youtube* demorou a monetizar seus vídeos, buscando primeiro resultados em maiores números de visualizações, usuários e proporcionar uma melhor experiência para os usuários, conforme observado por Hurley, citado por Levy:

> Sob a administração benigna do *Google*, o *YouTube* podia se dar ao luxode continuar criando um público e uma presença cultural sem ter de se preocupar demais com o resultado financeiro. “Poderíamos ter passado mais tempo pensando em como monetizar[42] o sistema, mas continuamos nos focando em mais crescimento, mais usuários, melhor experiência”, conta Hurley (ibidem, p.310).

---

[37]Disponível:https://tecnoblog.net/84576/google-compra-uma-empresa-semana/. Página visitada em 5 de agosto de 2015.
[38]Disponível: https://www.google.com.br/intl/pt-BR/about/products/. Página visitada em 5 de agosto de 2015.
[39]Disponível: http://jornalggn.com.br/noticia/a-ascensao-do-google-como-um-forte-jogador-em-washington. Página visitada em 5 de agosto de 2015.
[40]Yen, Yi-Wyn. "YouTube Looks For the Money Clip", 25 demarço de 2008.Revista Fortune.
[41]Disponível: http://www.forbes.com/forbes/2008/0616/050.html. Página visitada em 5 de agosto de 2015.
[42]Ferramenta que paga os produtores de vídeos hospedados no *Youtube*, baseados em números de visualizações e outros critérios. Detalhes adicionais podem ser esclarecidos no link https://support.google.com/youtube/answer/97527?hl=pt-BR . Acesso em 07/08/2015.

Apesar deste início empresarial "romântico", a monetização do sistema foi implementada a partir de fevereiro de 2008, a partir das determinações do CEO do *Google* (ibidem, p. 323). O *Youtube*começou a se tornar um investimento rentável, apoiado nos anúncios patrocinados, que eram vistos por milhões de pessoas. A empresa *Google* se mantém misteriosa quanto ao seu faturamento e prefere não possuir contato direto com o usuário final[43]. No site *Google* não existe link para contato do usuário com a empresa[44], apenas suporte técnico e atendimento jornalístico.

Por outro lado, o portal *Youtube* possui números de acesso e de conteúdos impressionantes[45]. Estatísticas disponibilizadas pelo *Google* sobre o *Youtube*, concentradas no link https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html., oferecem informações planejadas para incentivar a criação de conteúdos e aumentar o número de visualizações da plataforma, com forte investimento nas vantagens econômicas de ser um parceiro de trabalho do *Youtube*. Nesse link pode ser constatado:

> O *YouTube* tem mais de um bilhão de usuários; Todos os dias as pessoas assistem a centenas de milhões de horas de vídeo no *YouTube* e geram bilhões de visualizações; ano após ano, o número de horas por mês que as pessoas assistem no *YouTube* cresce até 50%;300 horas de vídeo são enviadas ao *YouTube* a cada minuto.[46]

As informações precedentes demonstram que o portal Youtube foi não só a maior aquisição econômica feita pelo *Google*, mas também a mais importante, pois incorpora nos vídeos o que o *Google* faz como buscador e gerenciador de informações: tem um algoritmo funcional e simples, ao contrário do *Google Vídeos*,sem deixar de possuir um conteúdo relevante e de alcance mundial.

O *Google*, empresa detentora do *Youtube*, se tornou hegemônica no nicho de internet[47] em que se especializou[48], a pesquisa, a organização e fornecimento de

---

[43]Em uma discussão sobre os custos de manutenção sobre o site *Youtube*, Levy relata o seguinte: "...Obviamente, o *Google* poderia ter silenciado os críticos simplesmente compartilhando os números; todavia, a empresa, que já nasceu apoiada nos segredos, achou melhor não compartilhá-los..." (LEVY, 2012, p.324).

[44]https://www.google.com.br/contact/. Página visitada em 5 de agosto de 2015.

[45]https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/. Página visitada em 5 de agosto de 2015.

[46]https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html. Página visitada em 11/10/2015.

[47]Isso levou a várias acusações de formação de cartel e monopólio de serviços. A mais recente, e de grande relevância econômica e cultural, partiu da Comunidade Européia. A principal alegação é que o Google manipulou seu *PageRank* para que sempre aparecesse em primeiro lugar, nos produtos por ela sustentados, o que afastaria a procura por outras empresas da concorrência. http://info.abril.com.br/noticias/mercado/2015/04/uniao-europeia-acusa-formalmente-google-por-suposto-monopolio.shtml. Acesso em 13/08/2015.

dados(afirmação esta que pode ser apoiada pela sua voracidade em adquirir qualquer idéia interessante surgida no mercado cibernético[49]). O fundador da *World Wide Web*, Tim Berners-Lee, preconizou o que viria a ser uma empresa como o *Google* em 1995: "Suponha que todas as informações armazenadas nos computadores em todos os locais estejam conectadas […] Haveria um único espaço global de informações".(LEVY, 2012, p.18). Esta constatação de centralização de informações, aliada às desconfianças de espionagem a nível governamental[50], povoam a mente de vários pensadores da área de tecnologia, pois "a busca do *Google* agora não estava apenas pesquisando a web – ela estava pesquisando tudo" (ibidem, p.73). O Youtube, vinculado ao *Google*, tornou-se, assim, uma nova realidade para os processos de globalização e para a indústria cultural, circunstância que remete de perto ao objeto de estudo desse trabalho.

### 1.2.2 - Youtube e Indústria Cultural

A Indústria Cultural, aproveitando o contexto descrito, tem se apropriado rapidamente do desenvolvimento e utilização de tecnologias contemporâneas ligadas ao cyberspace, visando a produção de novos produtos palatáveis a um determinado gosto. Pariser (2012) lembra que através da *internet* vive-se uma mimese da realidade, uma *Matrix* midiática que fornece "paraísos artificiais" a quem a acessa. Algumas pesquisas observam que a internet sugestiona os resultados obtidos pelos internautas em suas buscas, o que aponta para um novo paradigma de comunicação midiática. Para cada usuário há uma personalização dos resultados, visto que dados pessoais são recolhidos para a montagem de perfil individualizado. Para tanto, o *Youtube* utiliza uma tecnologia denominada *LeanBack*, através da qual o usuário se torna um consumidor passivo, com as ofertas sendo realizadas *online*, sem esforço de procura por parte do internauta. Segundo o autor, trata-se de" um produto chamado *LeanBack*, que encadeia vídeos em sequência para oferecer os benefícios das tecnologias *push* e *pull*. É menos como navegar na *internet* e mais como assistir televisão – uma experiência personalizada que permite que o usuário faça cada vez menos..." (PARISER, 2012, p.36).

Incluindo os produtos do campo de produção musical, o *Youtube* constitui-se, portanto, num "dispositivo virtual" que funciona como "máquina de fazer surgir evento", segundo Lévy (1999), o que pode ser observado no resultado divulgado das obras mais

---

[48]https://tecnoblog.net/60956/microsoft-google-monopolio-europa/. Acesso em 13/08/2015.
[49]Consultar nota de rodapé n.32.
[50]http://www.bbc.com/news/world-us-canada-23123964. Acesso em 13/08/2015.

acessadas nos últimos quatro anos (2012 a 2015), que mostra, numa primeira instância de análise, o possível investimento em produtos musicais estandartizados (ADORNO, 2007a), conforme pode ser observado na tabela 1.

**Tabela 1 - Obras e número de acessos ao Youtube Brasileiro nos últimos quatro anos**

| Ano | Músicas mais acessadas | Número de acessos |
|---|---|---|
| **2012** | **1. Camaro Amarelo<br>2. Gangnam Style<br>3. Para Nossa Alegria** | **2.585.086.586** |
| **2013** | **1. Show das Poderosas<br>2. Passinho do Volante<br>3. Na Pista Eu Arraso** | **1.431.034.038** |
| **2014** | **1. Mozão<br>2. Dark Horse<br>3. Domingo de Manhã** | **2.831.194.264** |
| **2015** | **1. Escreve Aí<br>2. Aquele 1%<br>3. See You Again** | **1.410.157.962** |

**Fonte: www.youtube.com/user/theyearinreview. Acesso em 12/05/2015.**

O mecanismo encarregado de divulgar essas obras mais acessadas recebeu o nome de *Youtube Rewind*. A primeira músicabrasileira mais acessada em cada um dos anos 2012, 2013, 2014 e 2015, objeto de estudo desse trabalho, também podem ser observados na tabela 1.

### 1.2.3 - O Youtube Rewind e Youtube Rewind no Brasil

Youtube Rewind[51] é o nome dado à série de vídeos criados[52], produzidos e enviados para a conta oficial do *youtube*, tendo como objetivo ser uma lembrança, uma rememoração dos vídeos mais acessados de cada ano nesse portal. O termo *REWIND* tem como tradução livre no português, “rebobinar”, “retornar” a fita, ou seja, faz referência explícita ao abandonado uso de videocassetes caseiros.

O ano de lançamento do *Youtube Rewind* foi 2010[53], tendo como vídeo mais acessado *Bed intruder song*. Já 2011 mostrou[54]*Friday* com Rebecca Black como o mais

[51]www.**youtube**.com/user/theyearinreview
[52]Como este trabalho trata do cyberspace, nada mais natural que se utilizar deste novo paradigma para se referenciar, observando também que a maioria dos investigadores desta área preferem o meio virtual ao físico para trabalhar, estudar e, ás vezes, até se relacionar com outras pessoas. A dicotomia entre o livro físico x livro virtual fica evidenciada nestas notas de rodapé, onde a prevalência dos hiperlinks é facilmente notada.
[53]Disponível: www.**youtube**.com/watch?v=RUzLhHH7gHg.
[54]Disponível: www.**youtube**.com/watch?v=SmnkYyHQqNs

acessado e 2012 o mega sucesso[55]*Gangnam style* com Psy como líder absoluto de visualizações do *youtube* internacional[56] e 2013 teve como vídeo internacional mais acessado[57]*The fox* com Ylvis. O ano de 2014 apontou Katy Perry com *Dark Horse*[58]. A tabela 2 mostra estatísticas do *Youtube Rewind* relacionadas aos anos de 2010 a 2015.

**Tabela 2 - Estatísticas do *Youtube Rewind***

| Video | Upload date | Views (21/02/2016) |
|---|---|---|
| *YouTube Rewind* 2010: Year in Review | December 12, 2010 | 3 million |
| *YouTube Rewind* 2011 | December 20, 2011 | 8 million |
| *Rewind YouTube Style* 2012 | December 17, 2012 | 175 million |
| *YouTube Rewind*: What Does 2013 Say? | December 11, 2013 | 116 million |
| *YouTube Rewind*: Turn Down for 2014 | December 9, 2014 | 107 million |
| *YouTube Rewind*: Now Watch Me 2015 | December 9, 2015 | 95 Million |

**Fonte**:http://en.wikipedia.org/wiki/YouTube_Rewind

No Brasil, o primeiro registro que se tem de um *Youtube Rewind* nacional[59] tem como referência o ano de 2012[60]. Foi o *Youtube rewind* e seus mecanismos nessa versão, portanto, que disponibilizaram as músicas brasileiras mais acessadas desde 2012, que interessam a esse trabalho.

O *Youtube* no Brasil possui um canal específico[61], que segue a formatação da sua mímese americana, mas com linguagem totalmente em português, conforme já pode ser observado no seu logotipo blog oficial exposto pela Figura 1. O blog foi criado em 19 de junho de 2007, quando a empresa também desenvolveu um *blog*[62] oficial para anunciar as notícias ligadas ao *Youtube* no Brasil. Com o conteúdo totalmente em português e com o

[55]Disponível: www.**youtube**.com/watch?v=iCkYw3cRwLo
[56]Este vídeo conseguiu modificar a forma como o contador do *youtube* funcionava. Até o advento deste clipe o algortimo usado pelo *youtube* conseguia contar até 2,147,483,647 visualizações. O vídeo de Psy ultrapassou esse teto e forçou a empresa *Youtube* a mudar seu algoritmo para um número de visualizações mais amplo. Isso foi denominado como "quebra do contador do *youtube* por Psy" (Disponível: http://www.billboard.com/articles/6334894/psy-gangnam-style-breaks-youtube-video-counter. Acesso em 18 de março de 2015.) O *youtube* satirizou esse acontecimento e colocou seu contador como "quebrado" em um easter egg (Disponível: http://www.pcworld.com/article/2854759/psys-gangham-style-finally-broke-youtube.html. Acesso em 18 de março de 2015.).
[57]Disponível: www.**youtube**.com/watch?v=H7jtC8vjXw8
[58]Disponível: www.**youtube**.com/watch?v=zKx2B8WCQuw
[59]Disponível: www.youtube.com/user/theyearinreviewBR
[60]Disponível: www.youtube.com/user/theyearinreviewBR/playlists?shelf_id=5&view=50&sort=dd
[61]Disponível: https://www.youtube.com/user/YouTubeBrasil
[62]Disponível: http://youtubebrblog.blogspot.com.br/

título *Youtube Brasil Blog Oficial*, esse blog foi desenvolvido na plataforma *Google* chamada *blogger*[63].

**Figura 1– Logotipo *blog* oficial *Youtube* Brasil**

**Fonte: http://youtubebrblog.blogspot.com.br/**

A abordagem do *Youtube Rewind*, já aponta para as implicações do *cyberspace* com a indústria cultural, pedindo para que se desenvolva um pouco mais esse enfoque, que se aborde com Pariser (2012) a questão do Filtro invisível.

### 1.3 O Filtro invisível da Internet: *"don't be evil"* como retórica vazia.

Segundo Pariser (2012), a promessa de uma internet livre e democrática, que fosse alcançável por todo ser humano, independente de sua classe social ou localização geográfica, ficou como discurso utópico dos primeiros utilizadores da *Word Wide Web*[64]. Liderado pela *major* dos buscadores, o *Google* se integrou completamente a um modelo de negócios lucrativo e discreto: a busca, armazenamento e processamento das informações pessoais dos seus utilizadores, com objetivo de construção de um perfil econômico dos internautas para posterior venda para anunciantes. Este novo paradigma comercial, algorítmico e social, é conhecido como o ***Filtro Invisível*** (PARISER, 2012). A mudança foi percebida precocemente pelo blogueiro Danny Sullivan no dia de seu lançamento (4 de dezembro de 2009), e denominada no *blog* da *Google* de "busca personalizada para todos" (ibidem, p.5). A partir deste dia, o *Google* passou a utilizar no seu algoritmo de busca o famoso algoritmo secreto *Page Rank*, cinqüenta e sete sinalizadores capazes de encontrar o utilizador onde estiver, detectar tanto as buscas por ele efetuadas até então, quanto

[63]Disponível: https://www.blogger.com/home

[64]***World Wide Web.*** Termo que pode ser traduzido literalmente por 'teia mundial'. Possui sinônimos como ***Web*** ou **WWW**. Se constitui em um sistema de organização das páginas disponíveis na rede mundial de computadores. É o índice do conteúdo mundial da internet.
Disponível em: http://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web. Acesso em 07/10/2015.

identificar o navegador utilizado. Refinava-se, desse modo, o entendimento sobre cada utilizador do *Google* e, assim, tornava-se possível o oferecimento de resultados específicos para cada pessoa. Duas pessoas diferentes, digitando o mesmo termo na busca do *Google*, terão sempre respostas diferentes. Mesmo sem estarem conectadas em sua conta do *Google*, visualizarão resultados com grandes possibilidades de clicarem, segundo a previsão do mecanismo (ibidem). E o *Google* representa apenas a empresa mais famosa que utiliza o recolhimento sistemático de dados dos usuários:

> [...]por trás das páginas que visitamos, está crescendo um enorme mercado de informações sobre o que fazemos na rede, movido por empresas de dados pessoais pouco conhecidas, mas altamente lucrativas, como a *BlueKai* e a *Acxiom*. A Acxiom, por si só, já acumulou em média 1.500 informações sobre cada pessoa em sua base de dados – que inclui 96% da população americana –, com dados sobre todo tipo de coisa, desde a classificação de crédito de um usuário até o fato de ter comprado remédios contra incontinência... (ibidem, p.8)

Os algoritmos desenvolvidos pelas empresas para a extração de dados dos navegantes funcionam perfeitamente e são a base para o oferecimento de anúncios personalizados. Logicamente todos estes dados são leiloados para as empresas interessadas pela maior oferta (ibidem). Este pensamento vai ao encontro de uma das premissas básicas da pós-modernidade: o hedonismo e o individualismo (BAUMAN, 2004b). A transformação das pessoas em mercadorias, já foi notada por alguns estudiosos: “A ‘subjetividade’ do sujeito, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável” (BAUMAN, 2008, p.21).

O vice-presidente do Yahoo atesta esta disposição de transformar todos os desejos das pessoas em realidade através do simulacro cibernético: “O futuro da internet é a personalização – a rede agora gira em torno do ‘eu’. A ideia é entrelaçar a rede de uma forma inteligente e personalizada para o usuário” (PARISER, 2012, p.8). Toda esta personalização limita o horizonte pessoal, intelectual e social desse usuário, limita as suas escolhas a um tipo pré-estabelecido de perfil, recolhido pacientemente durante as suas “andanças” virtuais. Segundo Pariser (ibidem, p. 9) “os algoritmos que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar nossa vida”

Essa customização dos resultados possui um interesse comercial evidente, mas sua explicação técnica não é tão perversa: o chamado “colapso da atenção” na internet. Informações infindáveis são oferecidas aos usuários a cada momento na rede de

computadores e a filtragem do que é relevante para ele ou não ficaria impossível sem a utilização de um algoritmo que automatizasse essa seleção. O presidente do *Google*, Eric Schmidt, sustenta a afirmação da necessidade do uso de filtros personalizados com a seguinte comparação: se fosse gravada toda a comunicação humana até 2003, seriam necessários 5 bilhões de gigabytes para armazená-la; hoje, este volume de informações é produzido a cada dois dias (ibidem). A sucessão interminável de imagens e postagens no Facebook, Twitter, a escolha de filmes pela Netflix, e a quantidade de emails recebidos, tornaria inviável o uso da internet para qualquer usuário.

Depois de explicado, em termos gerais e concisos, o mecanismo de funcionamento da personalização nas buscas na internet, é importante a concentração nas consequências deste comportamento algorítmico na principal empresa de fornecimento de resultados do mundo: o *Google* (representado na Figura 2).

**Figura 2 - Página inicial do *Google***

**Fonte:** www.google.com.br**. Acesso em 23/07/2015.**

A Figura 2 traz a aparência do oráculo de Delfos[65] contemporâneo: a página inicial de buscas do Google. A partir desta página inicial, uma infinidade de produtos gratuitos se colocam ao alcance do usuário: pesquisa na internet, notícias, *gmail*, *google chrome*, *youtube*, *google books*, *google* acadêmico, *google maps*, *google earth*, tradutor, *google*, *drive*, pacote *office* na nuvem, vários *softwares* para uso comercial, dentre outras possibilidades. Quando clicado no rodapé da página inicial, tem-se o acesso à política e à missão que a empresa se baseia. Pode ser percebido que o recolhimento de informações e a sua organização é a meta principal do *Google*, tornada pública com seu *slogan* nada

[65]O Oráculo de Delfos ficava situado na cidade homônima da Grécia. Servia para que os cidadãos gregos fizessem perguntas para os seus deuses. As respostas e profecias ali obtidas eram consideradas verdades absolutas. Analogia coerente com a importância do *Google* na vida das pessoas.

modesto: *A missão do Google é organizar as informações do mundo e torná-las mundialmente acessíveis e úteis.* Esse *slogan* pode ser conferido na Figura 3.

**Figura 3- Página sobre o *Google***

**Fonte:** https://www.google.com.br/intl/pt-BR/about/**. Acesso em 23/07/2015.**

O seu lema *"don´t be evil"* (não seja mau) não pode ser encontrado nas páginas oficiais do *Google*, mas se constitui em um mantra perseguido pelos seus criadores como uma das diretrizes centrais da empresa não escritas:

> Os usuários do *Google* confiam em nossos sistemas para ajudá-los com decisões importantes: escolha de remédios e médicos, finanças, e muitos outros. Os resultados de busca são o melhor que podemos produzir. Eles são imparciais e objetivos, e nós não aceitamos o pagamento por eles, para incluirmos resultados ou atualizações freqüentes. Nós também exibimos publicidade, (mas) nós trabalhamos duro para torná-la relevante, e rotulá-la claramente. Isso é semelhante a um jornal bem gerido, onde os anúncios são claros e os artigos não são influenciados por pagamentos dos anunciantes. Nós acreditamos que é importante para que todos tenham acesso à melhor informação e investigação, não apenas a informação (que) foi paga por anunciantes . (*"Letter from the founders, "an owner's manual" for Google's shareholders"*. 2004, tradução nossa)[66]

Este comportamento institucional dos primórdios da empresa foi abandonado discretamente ao longo dos anos, sendo explicitado em 2012 via *Google Plus*[67], que a

[66]" *Google* users trust our systems to help them with important decisions: medical, financial and many others. Our search results are the best we know how to produce. They are unbiased and objective, and we do not accept payment for them or for inclusion or more frequent updating. We also display advertising, which we work hard to make relevant, and we label it clearly. This is similar to a well-run newspaper, where the advertisements are clear and the articles are not influenced by the advertisers' payments. We believe it is important for everyone to have access to the best information and research, not only to the information people pay for you to see."

[67]*Google Plus* se consiste numa rede social criada e mantida pelo *Google*. Teve início em 28 de junho de 2011. Agrega serviços como *Google* Contas, Fotos, Playstore, Youtube, Gmail, e também Hangouts (chat individual ou em grupo por texto ou vídeo). Disponível: https://plus.google.com/. Acesso em 07/10/2015.

partir daquele momento "começava a seguir (rastrear) universalmente seus usuários em todos os seus serviços (deslocamentos pela internet)."[68] O seu *slogan* permaneceu como um eco do passado ligado à imagem que passa para seus usuários de uma empresa "descolada" e líder na inovação tecnológica. Estas últimas abordagens pedem algumas reflexões sobre a indústria cultural, baseadas em autores que discorreram sobre o tema.

### 1.4 -Indústria Cultural sob o foco dos pensadores

Autores "clássicos" como Adorno[69], Benjamin[70] e Guy Debord[71], cada um com o seu foco, legaram reflexões importantes sobre a indústria cultural, que podem ser aplicadas na sua abordagem na trama sócio-cultural contemporânea. A principal mídia utilizada para propagandear os produtos standartizados dessa indústria hoje é a internet, que utiliza como substrato o *cyberspace*, essa ferramenta ainda muito pouco estudada e compreendida na contemporaneidade[72].

O conceito de Indústria Cultural definido por Adorno(ADORNO, 2007, p.6) pode ser resumido da seguinte forma: tentativa de padronizar a produção artística objetivando transformar a arte em um produto comercial e de fácil reprodução em série, numa mercadoria feita em escala industrial que não incentiva o desenvolvimento do senso crítico e, sim, o consumismo desenfreado. Os produtos produzidos por essa Indústria Cultural são standartizados. No dizer de Adorno,

> a cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança. Filmes, rádio e semanários constituem um sistema. Cada setor se harmoniza em si e todos entre si... A unidade visível de macrocosmo e de microcosmo mostra aos homens o modelo de sua cultura: a falsa identidade do universal e do particular. Toda a cultura de massas em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura

---

[68]Disponível: http://gizmodo.com/5878987/its-official-google-is-evil-now. Acesso em 23/07/2015.

[69]Adorno nasceu em 1903, em Frankfurt, cidade onde se graduou em filosofia. Em Viena, estudou composição musical com Alban Berg. Entre sua vasta produção intelectual pode ser citado: A Situação Social da Música, Sobre o jazz, Sobre o Caráter Fetichista da Música e a Regressão da Audição, Fragmentos Sobre Wagner, Sobre Música Popular, Dialética do Iluminismo, Dialética Negativa e Teoria Estética. Faleceu em 1969. Dsponível: **http://www.filosofia.com.br/bio_popup.php?id=62**Acesso em 07/10/2015.

[70]Benjamin nasceu no ano de 1892 em Berlim. É reconhecido como um dos principais intelectuais do séc. XX, com atuação expressiva como filósofo, crítico literário e integrante da Escola de Frankfurt, mesmo tendo seu Doutorado rejeitado pela *Goethe University Frankfurt* em 1925. Disponível: http://www.egs.edu/library/walter-benjamin/biography/ . Acesso em 07/10/2015.

[71]Guy Debord foi um atuante diretor de cinema, escritor e idealizador do conceito de Sociedade do Espetáculo. Nasceu a 28 de dezembro de 1931 e morreu em 30 de novembro de 1994 em Paris. Disponível: **http://www.egs.edu/library/guy-debord/biography/. A**cesso em 07/10/2015.

[72]O Banco de Teses e Dissertações da USP apresentou 529 resultados quando o *search* foi realizado buscando a palavra "cyberspace". Disponível: **http://www.teses.usp.br.**Acesso em 17 de março de 2015. Já a busca feita no repositório da UnB resultou em apenas 11 resultados. Disponível: http://bdtd.bce.unb.br, acesso em 17 de março de 2015.

> conceptual daquela, começa a delinear-se (ADORNO, 2007ª, p.5).

A raiz deste conceito pode ser apontada na sua relação com o conceito de cultura de massa. Esse autor esclarece que a expressão Indústria Cultural induz ao erro de se achar que seria uma criação espontânea das massas, uma autêntica cultura popular:

> "indústria cultural" visa substituir "cultura de massa", pois esta induz ao engodo que satisfaz os interesses dos detentores dos veículos de comunicação de massa. Os defensores da expressão "cultura de massa" querem dar a entender que se trata de algo como uma cultura surgindo espontaneamente das próprias massas.(ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.8)

A busca pelo lucro fácil e incessante relacionada aos produtos antes considerados de interesse puramente artístico, segundo o autor, fica evidenciada no modo que os empresários do meio artístico apresentam seus produtos:

> O cinema e o rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia. *Esta deverá legitimar o lixo que produzem de propósito.* O cinema e o rádio se auto definem como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores-gerais tiram qualquer dúvida sobre a necessidade social de seus produtos. (ADORNO, 2007ª, p.6)

Os resultados do youtube brasileiro, desde a sua primeira criação e sistematização no Brasil[73], parecem demonstrar, numa primeiraabordagem e levantamento bibliográfico, que a produção artística midiática e **os instrumentos de criação, produção e circulação**da música**,**em grande parte, estão intimamente ligados a um planejamento meticuloso por trás de cada lançamento musical. Um planejamento que busca estratégias visando atingir o maior número possível de ouvintes-consumidores. Movimentação semelhante, nas suas possibilidades contextuais e históricas, não tinha passado despercebida anteriormente por Adorno, ainda na segunda metade do séc. XX, que discorreu sobre e criticou alguns mecanismos de divulgação do jazz norte americano:

[73]Lembrando que o portal Youtube desenvolveu páginas específicas para divulgar os resultados dos vídeos mais acessados em cada ano, um conceito que recebeu o nome de *YOUTUBE REWIND*. As fontes primárias de pesquisa dessa dissertação serão apresentadas e explicadas com maiores detalhes no Capítulo 3.

> Todo o movimento do jazz, com a distribuição grátis das partituras às diversas orquestras[74], está orientado no sentido de a execução ser usada como instrumento de propaganda para a compra de discos e de reduções para piano. Inúmeros são os textos de músicas de sucesso que enaltecem a própria canção, cujo título repetem constantemente em maiúsculas...(ADORNO et al., 1975, p.180)

Esta constatação vai também ao encontro dos estudos Adornianos que comentam acerca da música "standartizada", proporcionada pela audição radiofônica (CARONE, 2013) e pela percepção de que as composições musicais precisavam ser feitas como produtos destinados à venda, pois os compositores necessitam "pensar em sua composição como uma mercadoria antes de ela se tornar um produto posto à venda pelas gravadoras" (ibidem, p.10). A música comercial divulga a si mesma, incorporando elementos repetitivos que fazem o ouvinte relembrar facilmente o que foi escutado, incentivando assim a memorização para posterior consumo do produto musical. Carone, citando o cantor inglês Elton John, ressalta alguns elementos intencionais característicos dessas produções musicais: "Elton John foi instruído pelos produtores comerciais para nelas acrescentar refrões ou repetições regulares de acordes e letras para deles, não só derivar o título das canções, como provocar sua memorização pelos ouvintes..." (ibidem).

Pierre Bourdieu[75]escreveu seu livro sobre a Televisão (BOURDIEU,1997), aproveitando desenvolvimentos teóricos anteriores de Adorno e introduzindo na discussão o termo Poder Simbólico (SETTON, 2001). É um tema que ocupou pouco espaço na obra de Bourdieu, com o estudioso confessando que seu livro sobre a tv trata de"uma reflexão pouco elaborada, sem apoio de trabalho empírico mais aprofundado" (ibidem, p.29). Defende a idéia que o jornalismo seria o campo mais suscetível à dominação externa, pois depende da audiência. Formata seu conteúdo para não demonstrar a existência de diferenças sociais gritantes, buscando a todo momento um discurso conciliador e usando de violência simbólica contra os expectadores:

---

[74]Não se pode deixar de relacionar este fato à divulgação maciça de alguns artistas e grandes shows contemporâneos, chegando ao extremo de se distribuir cd´s de graça dos artistas que irão participar de grandes festivais. Esta modalidade de trabalho midiático se chama "cd promocional" e se tornou muito conhecida no centro-oeste através do festival de música sertaneja "Villa Mix", apesar de ser prática já utilizada no nordeste brasileiro para divulgar artistas populares de música dançante chamada de "brega". O profissional que faz este trabalho para os artistas e empresários de shows e festivais é denominado de Divulgador.

[75]Pierre Félix Bourdieu (Denguin, França, 1 de agosto de 1930 — Paris, França, 23 de janeiro de 2002) foi considerado por muitos estudiosos como o maior sociólogo do séc. XX.

> Tal como os frankfurtianos, afirma que, na indústria cultural, da qual a televisão é um exemplo emblemático, não há sujeito. Através de um discurso de aparência democrática, a informação veiculada pela televisão é formatada para agradar a todos, faz uso da despolitização dos conteúdos... (ibidem, p.30)

Esta manipulação ideológica, refletida na programação da televisão evidencia "fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada importante" (BOURDIEU, 1997, p.23). Interessante comparação pode ser feita hoje com o *cyberspace*, pois na época daanálise de Bourdieu a massificação midiática era representada pela televisão.

Contrário a essa posição de cunho marxista-determinista de Adorno, Karl Popper[76](GANEM, 2012)recusava os pressupostos da Teoria Crítica desenvolvida pela Escola de Frankfurt, não concordando com a idéia de que a humanidade caminharia para uma sociedade igualitária, esquivando-se da "... idéia de um fim da história associada ao profético mundo socialista marxista" (ibidem, p. 3). Popper acreditava em uma 'reforma das instituições' e que "...a ideia de que uma teoria jamais atinge a verdade, mesmo que ela tenha superado vitoriosamente os testes rigorosos" (ibidem, p.5). Outro autor que constestou a hegemonia de Adorno foi Friedrich A. Hayek[77]um dos mais importantes téoricos e ideólogos do neoliberalismo. Este se apoiava na idéia de um mercado livre, auto-regulador, que se ajustaria às necessidades do momento. Acreditava que o mercado baseado na livre concorrência culminaria na "democracia liberal, a face política da vitória da lógica do mercado e da globalização." (ibidem, p.3). Popper e Hayek possuíam visões opostas às da Escola de Frankfurt, e evidenciavam a polarização ideológica entre socialismo x capitalismo.

Outro autor que dialoga sua percepção de Indústria Cultural baseado na Contemporaneidade e com visão diferenciada de Adorno é Bauman (2004). Este teórico, reconhecido como um dos maiores sociólogos vivos, desenvolveu o já citado conceito de "modernidade líquida" ao dirigir suas reflexões para a pós-modernidade. Atrelado aesse conceito, percebeu que os produtos oriundos da Indústria Cultural não mais atendiam

---

[76]Karl Raimund Popper (Viena, 28 de Julho de 1902 — Londres, 17 de Setembro de 1994) foi um filósofo da ciência. Um dos filósofos mais importantes do século XX a tematizar a ciência.

[77]Frederich August von Hayek (Viena, 8 de Maio de 1899 — Friburgo em Brisgóvia, 23 de Março de 1992) foi um economista e filósofo austríaco, defensor do liberalismo clássico.

apenas à massa disforme, e com produção despersonalizada. Tendo em vista peculiaridades da pós-modernidade observou:

> Nada no mundo se destina a permanecer, muito menos para sempre [...] nada é necessário de fato, nada é insubstituível [...] tudo deixa a linha de produção com um prazo de validade afixado [...] A modernidade líquida é uma civilização do excesso, da superfluidade, do refugo e da sua remoção (BAUMAN, 2004b, p.120).

Interessante comparação pode ser feita com Baudrillard[78], quando afirma que "os setores de vestuário, aparelhos domésticos, automóvel, apartamento, obedecem todos atualmente a normas de renovação acelerada, mas cada um segundo o seu ritmo – variando, aliás, a obsolescência relativa conforme as categorias sociais." (BAUDRILLARD, 1996, p.18).

Continuando a reflexão sobre a Indústria Cultural e suas imbricações com a contemporaneidade, nota-se que hoje os recursos cibernéticos são importantes e muito utilizados para a divulgação, circulação e recepção musical. O Youtube é utilizado por muitos cantores e compositores populares, como uma plataforma de testes com os consumidores: se a música for bem aceita (nº de acessos), dá-se prosseguimento à produção daquela canção, se não, outras fórmulas serão testadas *ad infinitum*. Carone pode ser lembrado aqui, a título de comparação, quando observa que "um disco é um investimento comercial que implica custos, e o potencial de sucesso é um elemento essencial para a tomada de decisão sobre sua gravação." (CARONE, 2013, p. 10).

O diálogo com Walter Benjamin, outro autor de meados do século XX, que também contribuiu para as reflexões sobre a Indústria Cultural, possibilitou notar que um dos seus principais escritos foi dedicado à discussão sobre a reprodutibilidade da obra de arte na época contemporânea(BENJAMIN, 2009). Este pensador, de raiz marxista, acreditava que a sua interpretação da obra artística era diferenciada e não condizia com o uso da arte por qualquer tipo de regime ditatorial, ao contrário, serviria para a democratização da arte em todos os níveis:

> O que distingue as concepções que empregamos aqui - e que são novidades na teoria da arte - das noções em voga, é que elas não podem servir a qualquer projeto fascista. São, em contrapartida, utilizáveis no

[78]Jean Baudrillard (Reims, 27 de julho de 1929 - Paris, 6de março de 2007) foi um sociólogo e filósofo francês. Foi um pensador que teve seu pensamento discutido fora dos círculos acadêmicos, influenciando inclusive a trilogia de filmes Matrix.

> sentido de formular as exigências revolucionárias dentro da política da arte (ibidem, p. 11).

Ao lado deste "otimismo" conceitual, dessa percepção que a sua teoria estaria construída no sentido da percepção das massas, e não apenas voltada para as classes dominantes, Benjamin observa que a reprodutibilidade na arte sempre existiu, mas que agora se constituía de novos paradigmas:

> A obra de arte, por princípio, foi sempre suscetível de reprodução. O que alguns homens fizeram podia ser refeito por outros... As técnicas de reprodução são, todavia, um fenômeno novo, de fato, que nasceu e se desenvolveu no curso da história, mediante saltos sucessivos, separados por longos intervalos, mas num ritmo cada vez mais rápido... (ibidem, p. 11).

Inaugurou-se, assim, a época da reprodutibilidade técnica no final do século XIX e início do século XX, ao lado da criação artística, em que a litografia, e, logo a seguir, a fotografia, funcionaram como métodos revolucionários enquanto produtores de bens artísticos em larga escala (ibidem, p.12):

> Como, todavia, o olho capta mais rapidamente do que a mão ao desenhar, a reprodução das imagens, a partir de então, pôde se concretizar num ritmo tão acelerado que chegou a seguir a própria cadência das palavras. O fotógrafo, graças aos aparelhos rotativos, fixa as imagens no estúdio de modo tão veloz como o que o ator enuncia as palavras...

Neste ponto das reflexões, pode ser acrescentado o cinema como um elemento indissociável desta trama teórica-filosófica-tecnicista. Os filmes - com a sua técnica de cortes abruptos e passagens rápidas, possibilidades de reedições - apoiados no recente advento da fotografia, puderam ser produzidos de maneira industrial[79], e com o acréscimo do som, se tornaram o que hoje é chamado de criação multimídia (som e imagem com significados interligados, sendo impossível dissociar um do outro).

Numa proposta diferente da proposta de Adorno, referendando esse novo *sensorium* inaugurado pelas massas como um novo modo de olhar o mundo, capaz de perceber o "semelhante no mundo" até no fenômeno único, através da reprodução técnica,

---

[79]Segundo Benjamin (2009), utilizando cortes e passagens rápidos, o cinema comunicava de forma direta com as percepções que correspondiam ao novo *sensorium* que passou a caracterizar o tempo e as relações instituídos pelas massas. As peculiaridades do cinema, que incluíam as manipulações realizadas pelo diretor, através dessas passagens rápidas, cortes e edições, levavam a catarses em que predominava um domínio do homem sobre a técnica e a possibilidade de se passar "imagens ideais" que levariam ao cultivo de mitos.

o autor defende outra percepção da aura da obra artística, diferente daquela implicada como autêntico relacionado à obra de arte: está falando dos processos de ressignificação, das novas possibilidades colocadas pela técnica no processo de fruição dessa obra. Diverge profundamente de Adorno nesse ponto. Segundo Benjamin,

> Retirar o objeto de seu invólucro, destruir a sua aura[80], é a característica de uma forma de percepção cuja capacidade de captar o "semelhante no mundo" é tão aguda, que graças à reprodução ela consegue captá-lo até no fenômeno único. [...] orientar as massas em função da realidade é um processo de imenso alcance, tanto para o pensamento como para a intuição. (BENJAMIN, 2009, p.170)

Por seu lado, Martin Barbero(1996)observa que Benjamin, um pensador de vanguarda que construiu um caminho teórico que privilegiava a percepção do indivíduo na sua imersão na massa, foi um dos pioneiros ao vislumbrar "a mediação fundamental que permite pensar historicamente a relação da transformação nas condições de produção com as mudanças no espaço da cultura, isto é, as transformações do *sensorium*, dos modos de percepção, da experiência social" (ibidem, p. 72). Para esse autor, "pensar a experiência é o modo de alcançar o que irrompe na história com as massas e a técnica."(ibidem). A tendência de Benjamin de analisar os fenômenos baseados em uma reflexão sobre a experiência(ibidem), se colocou como uma oposição ao forte racionalismo de núcleo duro de origem marxista, adotado por Adorno.

Aqui, pode ser aberto um parêntese para explicitar equívocos comuns cometidos pela leitura apressada do texto mais conhecido de W. Benjamin, *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. Este escrito não pode ser entendido se for destacado da obra do autor e analisado separadamente (ibidem, p.73). Muito se fala sobre o sentido da "atrofia" da aura artística comentada por ele, mas como compreender este conceito se não houver um aprofundamento em textos anteriores de Benjamin que possibilitem a construção de um entendimento mais amplo de sua construção teórica?Geralmente se obtém resultado distorcido, afastado da concepção original do autor,

---

[80]Benjamin (2009) pondera: "Em suma, o que é a aura? É uma figura singular, composta de elementos temporais e espaciais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja." Atribui o declínio da aura na época da reprodutibilidade técnica à crescente difusão e intensidade dos movimentos das massas modernas: "fazer as coisas ficarem mais próximas é uma preocupação tão apaixonante das massas modernas como a sua tendência a superar o caráter único de todos os fatos através de sua reprodutibilidade. Cada dia fica mais irresistível a necessidade de possuir o objeto, de tão perto quanto possível, na imagem, ou antes, na sua cópia, na sua reprodução. Cada dia fica mais nítida a diferença entre a reprodução como ela nos é oferecida pelas revistas ilustradas e pelas atualidades cinematográficas **e a imagem**. **Nesta, a unidade e a durabilidade se associam tão intimamente** como, na reprodução, a transitoriedade e a repetibilidade" (ibidem, p. 170). Grifos meus.

considerando que fez uma ode ao “ao progresso tecnológico no âmbito da comunicação”ou transformando “a sua concepção da morte da aura na da morte da arte.” (ibidem). Ao contrário, Martin Barbero aposta em uma “história da recepção” desenvolvida por Benjamin, ao afirmar: “tratar-se-ia então, mais que de arte ou de técnica,do modo **como se produzem as transformações na experiência e nãosó na estética**” (ibidem, p.74. Grifo meu). O principal elemento a ser observado, seria encarar a ‘nova sensibilidade’ que tomou conta das massas:

> a nova sensibilidade das massas é a da aproximação, isso que para Adorno erao signo nefasto de sua necessidade de devoração e rancor resulta para Benjamin um signo. Um signo, sim, mas não de uma consciência acrítica, senão de uma longa transformação social, a da conquista do sentido para o idêntico no mundo. E é esse sentido, esse novo *sensorium* o que se expressa e se materializa nas técnicas que, como a fotografia ou o cinema, violam, profanam a sacralidade da aura - "a manifestação irrepetível de uma distância" -, **fazendo possível outro tipo de existência das coisas e outro modo de acesso a elas**. (MARTIN BARBERO, 1996, p.74. Grifo meu.)

Na atualidade a noção de novo sensorium desenvolvida originalmente por Benjamin encontra ressonância nos escritos de Bauman. Este autor revela que a aceleração na velocidade que os produtos são produzidos, vendidos e tornados obsoletos, reflete na interação entre as pessoas e destas com o mundo, mas aproximando-as de pessoas que se tornam modelos de sucesso, verdadeiros simulacros humanos, provocando distanciamento psicológico do mundo físico. Por fim, pessoas que, na “solidão” da vida cotidiana, corrida e efêmera, se identificam com ídolos que também tem o aspecto solitário da vida, o que as tornam membros de uma comunidade.Segundo Bauman (BAUMAN, 2009),

> ... o que lhes é prometido todo dia (“a quase qualquer momento”) é uma comunidade de solitários. Ao ouvir as histórias de infância infeliz, surtos de depressão e casamentos desfeitos ficam seguros de que viver em solidão significa estar em boa (e muito célebre) companhia e de que enfrentá-la por conta própria é o que os torna membros de uma comunidade. (BAUMAN, 2009, p.64)

As relações entre a técnica, o cinema, a fotografia e a indústria cultural, conforme foram abordadas por Benjamin, não passaram despercebidas nos escritos de outro pensador, Guy Debord (DEBORD, 2003), através da construção da *Sociedade do*

*Espetáculo*, considerada uma *masterpiece*.[81] A expressão *Sociedade do Espetáculo* pode ser definida como um modelo teórico desenvolvido para a compreensão do capitalismo contemporâneo através de imagens, imagens capazes de substituir a realidade material por simulacros virtuais chamados *Espetáculos* (DEBORD, 2003), passíveis de serem percebidos pelo novo *sensorium* inaugurado pelas massas, já descrito na abordagem de Benjamin. A percepção dessa relação com o novo *sensorium* da massa pode ser observada também quando Debord define textualmente esta mediação entre a imagem e o real: "O espetáculo não é um conjunto de imagens, *mas uma relação social entre pessoas*, mediatizada por imagens". (DEBORD, 2003, p. 14). Poderosa conexão descritiva possui essa definição, em relação ao material midiático disponível no *cyberspace*: "No mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso" (idem, p.16). Esta emulação do real feita ciberneticamente e aproveitada ao extremo pela Indústria Cultural, pode ser também relacionada aos mecanismos do *Filtro Invisível* de Pariser (2012), que trata de forma mais direta dos aspectos da cibercultura, já explicitado na parte inicial desse capítulo. Esse mecanismo, que prevê uma personalização do usuário, trazendo para ele aquilo que o seu perfil denunciou como preferido, junto ao material que se quer divulgar dentro do universo do consumo, trabalha tambémcom a circunstância em que "no mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso".

Debord (2003) esclarece sua crítica ao fetichismo da mercadoria acrescentando a complexidade da análise de uma *Sociedade de Consumo*, baseada em uma *Sociedade do Espetáculo*. Informa como a cultura tem se tornado culto de fetiche, afirmando

> Queondas de entusiasmo por determinado produto, apoiado e lançado por todos os meios de comunicação, propagam-se com grande rapidez. Um estilo de roupa surge de um filme; uma revista lança lugares da moda, que por sua vez lançam as mais variadas promoções. No momento em que a massa de mercadorias caminha para a aberração, o *gadget* é a expressão do fato de o próprio aberrante tornar-se uma mercadoria especial. Nos chaveiros-brindes, por exemplo, que não são comprados mas oferecidos junto com a venda de objetos valor, ou que decorrem de intercâmbio em circuito próprio, é possível perceber a manifestação de uma entrega mística à transcendência da mercadoria. (DEBORD, 2003, §67).

Não é isso que acontece quando se oferece a música preferida do usuário junto aos novos lançamentos, ao material que se quer vender?

[81]Em tradução livre do inglês Masterpiece significa Obra Prima de um autor.

Esta inversão de sentidos na vida prática pode ser exemplificada ainda por discussões feitas nos círculos acadêmicos que são noticiadas mundo afora, comouma notícia estampada na BBC: “adependência de ‘memória digital’ está prejudicando a memória humana”[82]. O simulacro, segundo essa linha de pensamento, não apenas está ‘simulando’, mas bem ao sabor da Inteligência Artificial, está substituindo funções cognitivas reservadas ao ser humano. Outra interessante reportagem da *Folha de São Paulo* observa: “Precisamos controlar nossos algoritmos antes que eles destruam o meio ambiente”[83], demonstrando a preocupação ‘ecológica’ ligada ao desenvolvimento tecnológico da AI (Inteligência Artificial em inglês).

Esse último aspecto da *Sociedade do Espetáculo*explorado encontra ressonância em Adorno, quando este afirma que o cinema, com suas rápidas imagens, atrofiava a capacidade de percepção do espectador, pois “o espectador deve ir tão rápido que não pode pensar, e, além disso, tudo já está dado nas imagens” (MARTIN BARBERO, 1996, p.66).A transcendência dessas observações, no entanto,carece também da observação dasrelações que podem ser estabelecidas com a realidade que vem junto com o reconhecimento de um novo *sensorium*das massas comentado por Benjamin. Frente às reflexões de Adorno e dessa última abordagem da *Sociedade do espetáculo*, portanto, foi necessário novamente buscar a visão de mais pensadores, como Benjamin (2009), por exemplo, que refletiram sobre outros aspectos relacionados à Indústria Cultural,alertando para a mudança nas relações sócio-culturais que veio com a emergência dacultura e do *sensorium*ligado às massas modernas. Novo *sensorium* que permite percepções e relações diferentes com a técnica, novas possibilidades de apreensões temporais e relações sociais, portanto. Esses autores trouxeram o enfoque de outras relações da tecnologia com a cultura, com a arte/música, reflexões sobre essa realidade tecnológica que, desse modo, levaram à observação de outras possibilidades de sua interação tanto com os protótipos comerciais quanto com a arte, trouxeram até mesmo a possibilidade de juntar “duas faces” de uma mesma moeda.

Por outro lado, volvendo o olhar ainda para essas perspectivas, e levando em consideração queBurgess(2009 p.9), entre vários outros autores contemporâneos, afirmou que o Youtube se tornou o maior aglutinador de mídia de massa do séc. XXI, nota-se que há umaluta de representações (BOURDIEU, 1996) envolvida na produção cultural de base

---

[82]Disponível: http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151007_dependencia_memoria_digital_lgb. Acesso em 11/10/2015

[83]Disponível: http://www1.folha.uol.com.br/vice/2015/10/1692274-precisamos-controlar-nossos-algoritmos-antes-que-eles-destruam-o-meio-ambiente.shtml. Acesso em 11/10/2015.

cibernética, que acontece no processo de objetivar uma maior visualização (nº de *views*) na ferramenta em menor tempo possível. Luta de representações implicada com a interação entre bens culturais, simbólicos e protótipos comerciais. Isso acontece quando se coloca material personalizado junto a um material eclético desconhecido pelo usuário,um materialque vem divulgado junto aos personalizados sob a inscrição "novos lançamentos".A referência à luta significa que esta ferramenta agrega diferentes atores, com diferentes interesses, portanto, que confrontam seus interesses de maneira explícita e implícita, com maiores ganhos para uns do que para outros, dependendo do predomínio do capital em jogo na situação analisada: o econômico ou o simbólico. Nesse contexto de luta não podem ser esquecidas as interferências das tentativas de controle de "qualidade" e conteúdo por parte de anunciantes ou patrocinadores do modelo, que tolhem a liberdade irrestrita de compartilhamento de informações, conforme divulgado e pretendido no formato inicial do projeto do *youtube*(BURGESS et al., 2009).

Essa circunstância, que remete também a possibilidades de manipulação dos acessos ao youtube, traz novamente a oracular análise: "ao invés do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo."(ADORNO et al., 1975). O*Youtube*, ligado ao seu mantenedor *Google*, nesse contexto, se transformou em vitrine cobiçada por qualquer artista e empresário da mídia musical, pois possui processos sofisticados de circulação e penetração nacional maciça (ver Tabela 1 com os números de acessos do *Youtube* brasileiro) e, consequentemente, faz parte de planos de *marketing*cuidadosos e profissionais, meta certa de produtores culturais, como pode ser percebido nos convites e orientações para anúncios de produtos que aparecem no próprio site do youtube. É um negócio que envolve milhões de dólares, totalmente conectado às expectativas pré-fabricadas pela Indústria Cultural[84], o que chama atenção para o predomínio do capital econômico nesse processo (BOURDIEU, 2007), dotando aqueles que o tem como primordial, como é o caso da Indústria Cultural, de meios bem eficientes para mantê-lo predominando. Isso sem deixar de namorar sempre com os capitais simbólico e cultural, conforme indica a inerência dessas relações ao cenário pós-moderno (HARVEY, 2005).

Se Adorno (2007a) vivesse atualmente, portanto, constataria que a Indústria Cultural mudou drasticamente sua forma de atuação, pois hoje se apóia firmemente sobre

[84]http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/industria-cultural-injetou-us-1-trilhao-na-economia-dos-eua-em-2012/. Acesso em 11/05/2015.

um paradigma comunicacional muito forte: a *internet* e suas constantes e renovadas atualizações, sempre muito atentas às condições do mercado e ao perfil do receptor (PARISER, 2012;LÈVY, 1999). Só que agora com um poder de alcance muito grande, entremeado de mecanismos que disfarçam "intenções", inclusive, ao oferecer um contexto dimensionado pela oferta musical eclética, direcionada para vários gostos, como pode ser observado nos diferentes vídeos que compõem o site maior do *Youtube*. Bourdieu (1989), por sua vez, também teria outro e potente meio para falar de mecanismos que atuam nesse *campo de produção cultural*, outros recursos para indicar e discorrer sobre as questões práticas e simbólicas relacionadas aos empregos e lutas dos capitais econômico, cultural e simbólico nesse campo. Trata-se da Indústria Cultural trabalhando com o novo *sensorium* das massas, conforme reflexões de Benjamin (2009), com as possibilidades de se estabelecer relações entre pessoas através de imagens, segundo Debord (2003)? Imagens eficientes no sentido de manipulação do gosto, nesse caso? Que material musical tem sido privilegiado nesse jogo? É por isso que agora, sem perder de vista esse cenário mencionado, serão abordados os processos relacionados à obra musical divulgada via *internet*, mais preisamente pelo *Youtube Rewind*, no século XXI. Serão ovservados os processos de criação, produção, circulação e recepção, dessa obra, acontecendo na sociedade de consumo pós-moderna.

# CAPÍTULO 2

# A obra musical e seus processos

Ampliando as discussões iniciadas no capítulo 1, buscou-se neste capítulo a relação entreos gêneros mais acessados *no youtube*no período recortado nessa pesquisa e a sua relação com os processos de criação,produção, divulgação e recepção da obra musical. Uma referência para o início do enfoque desses processos foi a consulta ao livro *Obra Aberta* de Umberto Eco (ECO, 1991). Essa obra foi disponibilizada em 1962, possibilitando reflexões sobre o processo de criação da obra artística e a participação do fruidor como "construtor" do sentido final dessa obra. Neste contexto, a palavra intérprete[85] tem o sentido de fruidor e não de executante artístico como concebido na área da música. O objetivo seria, portanto, começar abordando os processos de criação e recepção da obra musical, verificar como esses processos são percebidos na atualidade, para depois identificar a sua relação com os processos de produção e circulação da obra.

## 2.1 A Obra Aberta: processos de criação e recepção

Num contexto de reflexões iniciais, Eco cita como exemplos de obra aberta as séries permutáveis de partitura do músico Henri Pousseur e os móbiles de Alexander Calder. A expressão Obra Aberta, nesse momento, pode ser definida a partir da indeterminação acerca do significado atribuído às poéticas contemporâneas, considerando a literatura, artes plásticas e a música (idem). Três proposições básicas são defendidas pelo autor:

> toda obra de arte é aberta porque não comporta apenas uma interpretação; a “obra aberta” não é uma categoria crítica, mas um modelo teórico para tentar explicar a arte contemporânea; qualquer referencial teórico usado para analisar a arte contemporânea não revela suas características estéticas, mas apenas um modo de ser dela segundo seus próprios pressupostos. (Ibidem, p. 24)

[85]A palavra “intérprete” é utilizada aqui como sinônimo de “receptor”, como o fazem Pareyson (2005) e Eco (1991).

A intencionalidade é tratada inicialmente, portanto, como um elemento primordial da obra musicalcontemporânea na dimensão erudita, considerada aberta. Quando o criador propicia intencionalmente várias possibilidades para a sua execução, a própria performance provocada pelo fruidor (intérprete) torna-se naturalmente um ato de criação. Observa-se, assim, que existe uma parceria criativa entre autor e co-autor devido ao grande número de combinações possíveis, tratando-se da possibilidade de várias obras e não somente de uma! Mesmo com todo indeterminismo analisado aqui, Eco destaca que as variedades combinatórias estão previstas antecipadamente pelo compositor, dado que a chamada obra aberta já possui uma estrutura induzindo para que isso aconteça. (Ibidem, p.40).

As motivações para uma obra aberta, na avaliação de Eco, estariam concentradas nas teorias da relatividade, física quântica, fenomenologia e no desconstrucionismo (ibidem, p. 158). Esse novo olhar paradigmático ampliou a concepção que se tinha da realidade, por conseguir lidar com a pluralidade de sentidos que o mundo pós-moderno oferece. No entanto, para esse autor, esse primeiro enfoque serviu de ponto de partida para as reflexões sobre uma segunda categoria de obra aberta, aquela que realmente interessa a esse trabalho, que aborda a música de outra dimensão cultural:reflexões sobre as obras que são determinadas quanto à forma, mas indeterminadas quanto ao conteúdo. Nesse caso, poder-se-ia dizer que a abertura é efeito da combinatória de signos que formam a estrutura daobra, que, evocando os mais diversos sentidos, permitem ao intérprete realizar, durante a fruição, as mais diversas conjecturas interpretativas(ECO, 1991).Umberto Eco reconhece na linguagem musical, portanto, a pluralidade de sentidos que conduz à concepção que toda obra, de algum modo, tem em si a abertura de significações como característica fundamental. Abordagem que calha também, até certo ponto, com a capacidade da massa de lidar com a ressignificação da arte através da reprodutibilidade técnica, com as provocações das imagens implicadas com a sua difusão pelas novas tecnologias, possibilitando outros e significativos relacionamentos entre pessoas, entre o criador e o receptor, portanto.

Buscando outra fundamentação teórica além de Eco,tentando entender os processos de criação e recepção da obra musical, depois de já ter abordado o conceito de “obra comercial”, “protótipo musical” com Adorno (2011), apareceu a possibilidade de estabelecer o diálogo também com Pareyson (PAREYSON, 2005). Para Eco e Pareyson, o artista se coloca na obra como “modo de formar” e, ao fazer isso, não se despe de seus conflitos e questionamentos de indivíduo/social, o que remete a uma aproximação maior

dos capitaiscultural e simbólico conforme abordados por Bourdieu (2007), já mencionados. Segundo Eco (1991),

> o processo de formação e a personalidade do formador coincidem, no tecido objetivo da obra, apenas **como** estilo. O estilo é o "modo de formar", pessoal, irrepetível, característico; a marca reconhecível que a pessoa deixa de si na obra; e coincide com o modo como a obra é formada. A pessoa forma-se, portanto, na obra; compreender a obra é possuir a pessoa do criador feita objecto físico. [,..] A forma comunica-se apenas a si mesma, mas em si mesma é o artista feito estilo. [...] A pessoa forma na obra a sua experiência concreta, a sua vida interior, a sua irrepetível espiritualidade, a sua reação pessoal ao ambiente histórico em que vive, os seus pensamentos, costumes, sentimentos, idéias, crenças, aspirações. Sem que com isso se entenda – como já se disse – que o artista se narre a si mesmo na obra; ele manifesta-se nela, mostra-se nela como modo. (ECO, 1991, p.30)

A obra de arte aberta, portanto, segundo os processos de criação e recepção descrito por esses autores, trabalha com estruturas que remetem ao modo de formar de um provocador: o criador. Criador que se coloca através da sua forma frente ao intérprete – um ser histórico com sua própria bagagem cultural e histórica – pedindo que seu processo seja reconstruído. Acontece aí a "intersubjetividade" entre dois mundos: o mundo do criador e o mundo do intérprete. Segundo Eco, "cada 'leitura', 'contemplação', 'gozo' de uma obra representa uma forma, ainda que calada e particular, de 'execução'. A noção de processo interpretativo abrange todas essas atitudes (ibidem, p. 39). "Cada fruição é, assim, uma **interpretação** e uma **execução**, pois em cada fruição a obra revive dentro de uma perspectiva original" (Ibidem, p.40). Concordando com Eco, Pareyson (2005) descreve:

> De fato, não se tem acesso à obra [...] senão pessoalmente, no sentido de que a obra [...] exige interpretação, isso é, suscita, por si mesma, uma leitura multíplice, ou melhor, infinita, como infinitas e sempre diversas são as pessoas dos intérpretes e dos leitores (ibidem, p. 108).

Os autores ressaltam, assim, os processos de recepção no âmbito da "intersubjetividade" humana, referindo-se às infinitas possibilidades de interpretação da obra realizadas por diferentes seres históricos, o que levou Eco a falar em "obra aberta", sem esquecer do trabalho do criador, percebido como um "provocador" através da sua forma e das possibilidades colocadas pela sua ação a partir da ressignificação. Nesse momento o diálogo pode ser estabelecido também com Lévy (1999), que fala de outro tipo

de "obra aberta" e da ressignificação, tendo em vista o mundo virtual favorecedor de "um dispositivo", de "uma máquina de fazer eventos":

> ...a obra virtual é "aberta" por construção. Cada atualização nos revela um novo aspecto. Ainda mais, alguns dispositivos não se contentam em declinar uma combinatória, mas suscitam, ao longo das interações a emergência de formas absolutamente imprevisíveis. Assim, o evento da criação não se encontra mais limitado ao momento da concepção ou da realização da obra: o dispositivo virtual propõe uma máquina de fazer surgir eventos (LÈVY, 1999, p.136)

Já Bourriaud(2004), na posição de quem tem vivenciado mais de perto a sociedade pós-moderna com as suas implicações consumistas e midiáticas, remetendo ao universo pop, discute a produção artística contemporânea (BOURRIAUD, 2004) a partir da década de 1960 até os dias atuais. Ressalta que seria, sobretudo, uma produção baseada na produção industrial e de consumo de massa (ibidem, p.97).A iconografia *pop* resultante desta nova forma de 'fazer' e 'vender' arte, remete à era do consumo e às novas formas de marketing associadas à ele.A ênfase estaria centrada no resultado do produto: "... a única coisa que importa é a fórmula, e não o local onde ela se materializa nem a identidade do executante" (ibidem, p.99). A identidade do artista não precisaria ser mantida em evidência, esclarecendo-se a alta rotatividade de artistas de sucesso no universo da música *pop*. Uma mesma gravadora possui vários artistas, que podem ser trocados a qualquer momento por artistas mais novos ou que tragam novidades rentáveis para a gravadora, o produto é mais importante que qualquer artista: "... mais do que uma pessoa física, um nome agora designa um modo de aparecimento ou de produção, uma linha, uma ficção..." (ibidem, p.100). Este *ready made* recíproco é tratado com naturalidade pelos artistas e produtores. Já que "as pessoas escrevem lendo, e produzem obras de arte enquanto observadoras, o receptor torna-se a figura central da cultura – em detrimento ao culto ao autor" (BOURRIAUD, 2004, p.102).

Bourriad, estabelecendo uma conexão com Benjamin (2009), com a possibilidade de ressignificação e de "quebra da aura", entende a ação do criador na contemporaneidade também através da "articulação de usos", da "relação de formas", ao invés da preocupação única com o investimento na "busca do inédito e do sublime". Ao que tudo indica, os artistas que aparecem nos primeiros lugares no *Youtube Rewind* Brasil seguem uma linha de criação artística que conserva a assinatura das obras com os seus respectivos créditos,

mas reproduzem '*patterns*'[86] de sucesso, já testados à exaustão anteriormente.Bourriad, comentando sobre a arte e os artistas contemporâneos, afirma que

> estas práticas artísticas, embora muito heterogêneas em termos formais,compartilham o fato de recorrer a formas já produzidas. Elas mostram uma vontade de inscrever a obra de arte numa rede de signos e significações, em vez de considerá-la como forma autônoma ou original. Não se trata mais de fazer tábula rasa ou de criar a partir de um material virgem, e sim de encontrar um modo de inserção nos inúmeros fluxos da produção(idem, 2004, p.12-13).

Pierre Lévy, citado Por Bourriad, a partir de sua ligação com o cyberspace,propõe uma forma diversa de fruição estética, acrescentando à obra aberta de Eco, pois a considera ainda presa ao paradigma hermenêutico em que o receptor participa apenas a "preencher os brancos, a escolher entre os sentidos possíveis". Confronta esta possibilidade de fruição 'determinada' com a criação de um artista que se coloca frente às infinitas possibilidades advindas do *cyberspace*:"o ambiente tecnocultural emergente desperta o desenvolvimento de novas espécies de arte, ignorando a separação entre emissão e recepção, composição e interpretação" (LÉVY apud BOURRIAUD, 2004, p. 103). Seguindo a indicação que as estruturas artísticas fechadas estão em declínio, Nicholas Negroponte concorda com esta alegação quando ressalta que

> A superestrada digital vai transformar a arte acabada e inalterável em coisa do passado [...] Nós veremos uma séria manipulação digital de expressões artísticas supostamente acabadas percorrendo a Internet, o que não é necessariamente ruim(NEGROPONTE, 1999, p.212).

Bourriaud alerta sobre a arte contemporânea e a sua reinvenção de conteúdos, a partir das implicações provocadas pela quantidade de material disponível em substratos como o *cyberspace*: "Reescrevera modernidade é a tarefa histórica desse começo do séc. XXI: não partir novamente do zero nem se sentir sobrecarregado pelo acúmulo da História, mas inventariar e selecionar, utilizar e recarregar" (BOURRIAUD, 2004, p.109).

Trazendo este olhar teórico para a música erudita contemporânea, pode-se dizer que os processos criativos hoje se utilizam de estilos vários que predominaram em diferentes épocas, para chegar, muitas vezes, a partir do uso dessas diferentes possibilidades estilísticas, a um tipo de colagem musical. Por outro lado, em busca de

[86]Modelos em inglês

novos efeitos sonoros, podem ser utilizadosmateriais disponíveis, recursos e tecnologias diversas, no momento da performance e da gravação. Essa última afirmação já remete também à intrincada relação que a criação estabelece hoje com os meios de produção da obra, o que pode ser conferido no próximo item. Esses novos processos, no entanto, mantendo ainda a fundamentação em Eco e Pareyson, não inviabilizam a criação de novas e significativas formas, a circunstância em que o artista, na sua individualidade e imersão no coletivo, se coloca na obra como "modo de formar", trazendo como conseqüência o efeito provocativo que se constitui no ponto de partida da diversidade possível de interpretações. O diálogo é estabelecido também com Lévy (1999, p. 136), já citado, quando, referindo-se às possibilidades oferecidas pelo cyberspacena sua interação com as produções musicais, observa que "alguns dispositivos não se contentam em declinar uma combinatória, mas suscitam, ao longo das interações, a emergência de formas absolutamente imprevisíveis".

A incremetação do consumo na sociedade contemporânea trouxe reflexões sobre outra realidade relacionada à criação musical: a música é criada e produzida com a intenção de se tornar uma mercadoria vendável, de fácil aceitação e de consumo imediato(ADORNO et al., 1975), só que agora, mais do que nunca, tendo em vista o *sensorium* da **massa difusa** que se aglomera cada vez mais na contemporaneidade. Comentando sobre esta mudança de paradigma Slater (2002) afirma que:

> A cultura do consumo é sempre "nova", mas tem havido um tipo diferente, um tipo mais conseqüente de novidade no ar durante as últimas décadas, uma impressão de transformação estrutural dentro da própria modernidade, de rupturas em suas maneiras econômicas, sociais e culturais. Essa impressão de uma mudança de época tornou-se o foco da maior pane da teoria social, o principal ponto de sua agenda: **pós-modernismo e pós-modernidade, "Novos Tempos", a passagem [...] do capitalismo organizado para odesorganizado, das mercadorias e do valor de troca para os signos-mercadorias e o valor de signo(SLATER, 2002, p.170) [Grifos meus]**

A música seria produzida sob medida para determinado público alvo. Acerca desta forma de produção, Slater comenta que

> Por exemplo: dizem que, no sistema pós-fordista, a força motriz do capitalismo não é mais alimentada por engenheiros e gerentes de produção, pela indústria fabril ou pesada, e sim pelos diretores demarketing e consultores de*design*, pelos varejistas e pelos produtores de "conceitos": Só com o surgimento da pós-modernidade é que a cultura do consumo se torna essencialnão só para o diagnóstico das patologias

> sociais (quer culturais, quer econômicas), **mas também para a explicação social nos planos sistêmicos mais elevados** (ibidem) [Grifo meu]

Esta preocupação com o formato do produto para a vendagem não termina na composição da obra musical, continua sem interrupção durante a mixagem, masterização e se expande enormemente durante a apresentação de seu produto ao vivo: os chamados 'shows ao vivo'. Esses shows buscam, através de imagens, "do espetáculo", uma aproximação maior com a massa que se torna cada vez mais difusa no sentido de englobar integrantes de diferentes idades, gêneros e dimensão sócio-cultural. Isso em circunstâncias que transcendem esses elementos, agregando a partir de uma exploração do sensível, de signos, de imagens que vendem outra relação com o mundo e cotidiano imediatos, levando à afirmação de Debord (2003) quando aborda a "sociedade do espetáculo, que os produtos de consumo são muito mais visuais do que auditivos:

> É pelo princípio do fetichismo da mercadoria, a sociedade sendo dominada por «coisas supra-sensíveis embora sensíveis», que o espetáculo se realiza absolutamente. O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência (DEBORD, 2003, §36).

Carvalho, nessa mesma linha de pensamento, mas já chamando atenção para o uso da tecnologia, afirma que

> sem dúvida, num movimento complexo de transformações estéticas e existenciais, a mesma tecnologia que ajudou a distinguir o ritual da situação musical, promete recuperá-lo justamente com seus próprios recursos, vale dizer, com uma ordem todavia mais avançada do simulacro: a simulação não somente da performance no estúdio, mas a simulação da música ao vivo no próprio cenário, como no caso dos *megashows*. Por exemplo, nos *shows* de Madonna, Michael Jackson eoutros, as músicas são previamente gravadas e transformadas em programas de computador. A partir daí são "executadas", simultaneamente pelos músicos e pelos técnicos que controlam as ilhas de *dats* transportadas para o fundo do palco com as gravações programadas, que são conectadas por rede com o sistema de amplificação do show (CARVALHO, 1999, p.77).

Já Kellner (2003) observa que nesse contextoo indivíduo é afastadoda sua vida ativa, produtiva e integrada. A partir da experiência direta com esse mundo, e, nesse

processo, direcionado a observar o espetáculo da vida social e de aspectos de sua própria vida projetado em artistas que representam o "espetáculo" contemporâneo, consome signos que, segundo também Slater (2002, p. 70), servem para "a explicação social nos planos sistêmicos mais elevados". Nesse contexto, para Debord (2003), a imagem se tornou mais importante que o real:

> Quando o mundo real se transforma em simples ima-gens, as simples imagens tornam-se seres reais e motiva-ções eficientes de um comportamento hipnótico. O espetá-culo, como tendência a fazer ver (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar direta-mente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana – o que em outras épocas fora o tato(DEBORD, 2003, §18).

Atendendo a estas reflexões teóricas, Carvalho confirma que a música hoje se transformou em um espetáculo midiático muito mais visual que auditivo:

> Ilustro o que venho chamando de fantasmagoria com o *megashow Voodoo Lounge* dos *Rolling Stones*, ao qual assisti no Astrodome de Houston em novembro de 1994. Trata-se de um espetáculo projetado para saturar inteiramente os sentidos do espectador. Como já é comum neste tipo de show, as dimensões do cenário são tão monumentais e permitem deslocamentos tão amplos dos performers que faz-se necessário colocar enormes telões para que o público possa acompanhá-los visualmente. Assim, tornou-se possível que os Stones de carne e osso fossem vistos simultaneamente às suas imagens projetadas. Ainda que participando de um show ao vivo, eu me encontrava igualmente frente a uma gravação de um programa de televisão(CARVALHO, 1999, p.75).

Complementando, explica que as intensas mudanças nas ferramentas tecnológicas são prontamente absorvidas pela Indústria Cultural:

> Os meios de comunicação e difusão cultural provocam uma constante renovação na percepção do ouvinte de música, na medida em que estão sempre fazendo experiências com regras comunicativas e buscando avançar na tecnologia de confecção dos novos produtos musicais e nos mecanismos de interação desses produtos com seus consumidores (ibidem, p.56).

Este paradigma de recepção, que se relaciona de forma intrincada com a produção musical, se tornou hegemônico nos dias atuais, estando presente nos grandes shows ao vivo da atualidade e nas gravações de DVD´s:

> em muitos casos já não se grava nenhuma performance. A gravação é urna montagem industrial, uma atividade caótica (o termo foi utilizado pelo próprio Benjamin) como o é a edição de uma película cinematográfica. Fragmentos de vários takes, gravados em vários canais independentes, são unidos entre si e depois superpostos, formando uma colagem tridimensional, e ninguém possui completa autonomia sobre o processo como um todo; são vários tipos de técnicos e de artesãos, articulados enquanto especialistas para decidir como será o produto definitivo (idem, p. 64).

A partir deste ponto, podem ser constatadas outras possibilidades ligadas aos processos de criação e recepção na atualidade e, como pôde ser observado, de forma inseparável dos processos de produção e circulação da obra musical. Não se descarta, no entanto, discordando em parte com Debord e Kellner, que os processos de recepção da massa difusa, apesar de seu caráter homogeneizador analisado numa primeira instância, continuam interagindo com as possibilidades colocadas pela obra aberta.Mesma a massa difusa é provocada através de  seus integrantes em pontos diferentes da experiência, embora a reação e interação com o artista sejam os mesmos.  Por outro lado, a maioria dos autores abordados até então e as posições que começam a ser tomadas nesse trabalho, apesar de se encontraremcom certos aspectos mencionados por um dos pontos de partida dessa abordagem, o estudioso da música popular Napolitano (2002), mostram que esse autor precisa se imiscuir de forma mais completa no universo pós-moderno.  Napolitano, numa referência ainda limitada aos processos de criação e recepção observa:

> **Criação:** a criação é produto de uma subjetividade artística, que não é isolada. Todo artista dialoga com uma ou mais tradições estéticas, possui formação cultural específica, tem sua singularidade biográfica e psicológica, atinge certo grau no domínio técnico do seu campo de expressão e tem uma determinada colocação social e simbólica no seu tempo. Por outro lado, uma obra singular possui um universo referencial determinado, cuja identificação é importante na análise. [...] O artista, ao criar uma obra, procura passar uma mensagem adiante não só de um contexto específico, mas tendo em mente um grupo social ou um campo sociocultural determinado, incluindo-se aí as implicações político-ideológicas da obra(NAPOLITANO, 2002, p.100).
>
> **Recepção/apropriação:** [...] podemos caracterizá-la como relacionada às formas de recepção das canções, que podem ter muitas variantes: grupo ou classe social; poder aquisitivo; faixa etária; gênero sexual; escolaridade; preferências ideológicas e culturais. [...] implica nas formas de apropriação pelos grupos sociais, dos artefatos culturais, a qual pode mudar completamente o sentido inicial, mencionado pelo artista-criador e pelas instituições responsáveis pela produção e circulação (Ibidem, p. 102).

Análise e reflexões diversas, portanto, que suscitam interrogações sobre as obras indicadas pelo *youtube rewind*. Como se estruturam e são produzidos os gêneros que estão sendo privilegiados e divulgados como os mais acessados por esse mecanismo? Como estão chegando aos receptores? Nesse momento abre-se o espaço para reflexões relacionadas aos outros processos ligados à obra musical: os processos de produçãoe circulação musical. Segundo Carvalho (2012), e como já pôde ser constatado até aqui, estes processos são intercambiáveis, e interdependentes, acontecendo de forma intrincada: "a relação inter, na qual cada um destes processos interage com o outro, mantém a estrutura necessária para o fazer artístico" (ibidem, p.42).

## 2.2 Os Processos de Produção e de Circulação da obra

Carvalho (2012, p. 56), discorrendo sobre os processos implicados com a obra musical, observa que o processo de criação está intimamente ligado à ontologia do momento criativo artístico, enquanto o processo da recepção se encontrarelacionado à fruição e recriação da obra pelos intérpretes. Já **o processo de produção,**que começou a ser comentado no item anterior exatamente pela relação intrincada que estabelecem entre si, está correlacionado às normatizações e fundamentação técnica da criação/recepção.O processo de criação musical dá origem a um fluxo de acontecimentos artísticos, portanto, que inclui o momento da produção musical. Napolitano (2002) também comenta sobre esseprocesso:

> **Produção:** A obra, produto de um artista é plena de intenções comunicativas e subjetividades expressivas, passa para uma instância de produção que muitas vezes escapa ao artista. Além das implicações comerciais do seu trabalho, há um aspecto mais óbvio: a música não existe como obra, a não ser quando realizada por um intérprete (ou conjunto de intérpretes). O intérprete é um fator estrutural [...] para circular socialmente, a canção não só passa por uma leitura do(s) intérpretes(s), como deve se transformar em artefato que é resultado de um tratamento técnico, lastreado por uma tecnologia de registro e suporte sonoro historicamente determinado. Esta cadeia tecno-industrial, por sua vez, acaba interferindo no próprio ato do criador e do intérprete. (Ibidem p. 101)

Trazendo a discussão para aspectos técnicos da produção musical, é importante citar a manipulação timbrística da indústria musical nas gravações(CARVALHO, 1999), resultando na pasteurização da música, fazendo-a soar como um produto clichê, com os

mesmos timbres, mixagens[87], levando até os elementos harmonicos das canções a serem repetidos à exaustão(ADORNO, 2007). Os músicos profissionais estão alienados do processo de finalização sonora dos discos (mixagem e masterização[88]), sendo este controle exercido pelos produtores musicais e financiadores da gravação (CARVALHO, 1999).O padrão sonoro imposto por esses produtores e gravadoras, busca retirar as especificidades da música com impacto ritual e social especifico,colocandoênfase no som ao vivo executado durante a cerimônia, provocando sensações diferentes no ouvinte, causadas por gravações realizadas por meios tecnológicos contemporâneos (ibidem).Assim pode-se perceber que o nivelamento sonoro provocado pela equalização pré-formatada para as gravações, enseja a padronização do gosto musical, perpassando a noção de classe, atendendo ao *sensorium* da massa difusa:

> Na maioria dos casos, é o canal da voz a referência principal para os demais, pois, salvo raríssimas exceções (como em alguns estilos de rock), espera-se que o ouvinte possa escutar com clareza as palavras do texto. E tem-se de levar em conta também que a equalização dos conjuntos de música popular pressupõe um jogo de dinâmicas que quase nunca alcança os extremos de contraste entre pianíssimos e fortíssimos encontrados em certos repertórios de música erudita ou de várias músicas "étnicas". O pacto comunicativo estabelecido com o ouvinte deixa implícito que todas as notas serão ouvidas sem maior dificuldade(ibidem, 1999, p.58).

Os efeitos que Benjamin denominou de ‘novo *sensorium*’ podem ser notados, a partir do momento em que a massa formada por diferença em variados níveis (social, degênero, de raça, de idade, dentre outras) consome a mesma música, muitas vezes no mesmo ambiente de fruição. Carvalho observa ainda:

> Há apenas uma geração, as diferenças de gosto eram marcadas principalmente por barreiras de classe ou de grupos de pertencimento e o idioma da distinção, tal como o pesquisou exaustivamente Pierre Bourdieu (1979), regia claramente a difusão cultural dos estilos musicais. Hoje em dia os meios massivos permitem um aumento considerável do consumo musical e a distinção de classe, ainda que não inteiramente eliminada, começa a dar lugar a um clima mais cosmopolita, estimulando o convívio de estilos musicais formalmente muito distintos entre si, mas comensuráveis enquanto partes de um mesmo universo midiático que homogeneíza o impacto sensorial da música (ibidem, 1999, p.56).

---

[87]Processo no qual vários sons são misturados, podendo se alterar não só o volume mas também o timbre (grave, médio, agudo).

[88]Processo posterior à mixagem, em que se dá a equalização final e volume no produto final sonoro para a fruição.

Por outro lado é fácil constatar através das imagens dos *megashows* divulgadas, dos clips, DVDs, a preocupação com o visual e imagem dos artistas. Roupas, cabelos, tatuagens, músculos cultivados, se constituem em elementos que também forjam imagens, que continuam levando a massa difusa à transcendência, hipnotizando, propondo lances rápidos de percepção, substituindo o tato no mundo, como já mencionado. Efeito observado e preconizado também por Benjamin, quando se referia ao cinema como a arte da massa, provocador das mudanças rápidas de percepção, propositor de mitos, conforme já comentado no capítulo anterior. Assim, além dos megas cenários onde a iluminação, o jogo de luzes, os efeitos pirotécnicos e outros recursos criam circunstâncias e sensações transcendentes ao cotidiano, dos efeitos técnicos produzidos durante as gravações, a preocupação com o visual e imagem dos artistas também faz parte do processo de produção musical.Dentre os relatos colhidos através de entrevistas nesse trabalho, outros aspectos da produção musical foram mencionados, como aqueles em que o entrevistado C1[89]fala da produção de repertório dos seus shows, utilizando o gênero “sofrência”[90] para despertar o interesse do público:

*É uma música romântica mas bem intensa, tem que cantar realmente sentindo aquilo, não pode cantar apenas por cantar, sofrência até pelo fato da gente cantar. São músicas com refrôes, mesmo não sendo tristes, conseguem chamar a atenção das pessoas. As pessoas se empolgam quando vêem que você está cantando a realidade dela.*

Referente aos aspectos tecnológicos, Benjamin (2009) observou que a utilização massiva de recursos tecnológicos na produção musical não se constitui em exclusividade dos tempos atuais... Mesmo durante o período paleolítico, um pintor de paredes das cavernas teria que reunir condições técnicas específicas para a realização performática do desenho, incluindo a escolha do local, cores e representação pictórica correspondente ao ritual desejado.A utilização de recursos tecnológicos na produção musical, já mencionada no item anterior na abordagem da criação e recepção, possui o seu aspecto contextual e histórico, como observado, podendo ser identificada na contemporaneidade nos aspectos específicos que interessam na abordagem do objeto de

[89]**A letra maiúscula** é utilizada aqui para indicar a categoria a que pertence o entrevistado no rol das entrevistas indicado nesse trabalho**e o número** utilizado para identificar um dos entrevistados dessa categoria. As categorias em questão nessa pesquisa são: A (produtor cultural); B (compositor); C (intérprete) D (usuário do Youtube).

[90]**Sofrência** é um neologismo da língua portuguesa, formado a partir da junção das palavras "**sofrimento**" e "**carência**", e possui um significado similar ao da expressão popular "**dor de cotovelo**". Fonte: http://www.significados.com.br/sofrencia/. Acesso em 10/11/2015.

estudo desse trabalho: *softwares* para gravação, mixagem e masterização sonora, a utilização de recursos musicais gravados anteriormente, além das ferramentas cibernéticas já inclusas em portais de vídeos como o *Youtube*[91], em que informações interessantes são dadas para a produção de vídeos com aproveitamento monetário posterior. Este procedimento técnico, chamado de Monetização(MEILI, 2011;CARPENTER, 2006; MILLER, 2011), possui detalhes extensos que podem ser observados em maior detalhe no site indicado na nota abaixo.[92]

Considerando as especificidades do objeto de estudo Música e *Youtube*, as imbricações dos processos de produção com os processos de circulação da obra musical e considerando que o portal *Youtube* se constituiu em um dos principais meios de circulação da contemporaneidade, o**Processo de Circulação** Musical será abordado de forma maisdireta. Napolitano (2002), que discorreu sobre cada um dos processos enfocados, assim o aborda:

> **Circulação:** uma instância muitas vezes negligenciada na análise contextual é aquela que procura identificar o meio privilegiado de circulação e de escuta de uma canção, um gênero, um artista ou um movimento musical. A forma privilegiada de "circulação" pode estar vinculada a um meio técnico [Cds, DVds, etc.] ou a um meio sociológico específico [Instituições predominantes]. (Ibidem, p. 101)

A obra musical, além do processo de produção, depende do processo de circulação para alcançar o público alvo pretendido, o que aponta para a utilização de meios privilegiados de circulação e de escuta. Como observado, Napolitano (2002) afirma que estes meios privilegiados podem estar vinculados "a um meio técnico ou a um meio sociológico específico". Esse último inclui apresentações ao vivo em palcos diversificados, projetos culturais que visam shows em diferentes cidades, dentre outras possibilidades. Já quanto aos recursos técnicos, nos anos 30 o rádio foi o principal meio utilizado para a circulação de novas obras musicais, nos anos 60 foi utilizada a televisão. Benjamin (2009)pode ser lembrado novamente, quando observa que a reprodutibilidade técnica permite a exposição em larga escala de uma obra e esse recurso tem sido muito utilizado, sempre de acordo também com as situações, condições e contextualizações históricas. Isto coaduna com a percepção de que o objeto de estudo desse trabalho solicita reflexões sobre a importância da Internet nos processos de circulação da música na contemporaneidade.

---

[91]Disponível em: https://www.youtube.com/yt/creators/pt-BR/?noapp=1 Acessado em 04/11/2016.

[92]Disponível: http://*google*.com/intl/pt-BR/adsense/start/ Acessado em 04/11/2016. Este link do *Google* traz informações mais detalhadas acerca da Monetização. Essas informações são fornecidas pelo *Google* para os criadores de conteúdo online. Monetização é a forma com que o *Google* paga seus anúncios colocados nos sites patrocinados.

Nesse contexto, o *youtube*, elemento integrante do cyberspaceque interessa de perto a essapesquisa, se tornou, dentre outros[93],um dos maiores sites que fazem a circulação musical da contemporaneidade. O uso da ferramenta *youtube*, enquanto propiciadora da circulação musical,tem aparecido em alguns relatos alcançados através dasentrevistas. Referindo-se ao *youtube*, o entrevistado C2[94] observou:

*Utilizo sim, claro. Sempre coloco vídeos por lá. Hoje em dia não é possível fechar um contrato de show sem que o contratante não "veja" seu trabalho. Antes era necessário gravar um show em DVD para anexar às propostas. Agora basta anexar os links para que o contratante conheça o artista...* [...] *...Eu uso sim ele pra divulgação... pra mostrar mais meu trabalho, por ser um site muito reconhecido, acaba ajudando os artistas, pois é uma ferramenta de fácil acesso, disponível a qualquer um, desta forma meu trabalho vai mais longe e consigo divulgá-lo em lugares que normalmente não conseguiria... o retorno de fato acontece, claro que não imediato, pelo fato de ter muitas opções, mas quando se faz um bom trabalho o retorno é bastante satisfatório.*

Quanto à exposição de um gênero musical em detrimento de outros, levando ainda em consideração o processo de circulação ligado ao *site youtube*, que interessa a esse trabalho, e já apontando para possibilidades maiores para quem tem maior poder aquisitivo, observou:

*Não acho que o site privilegia gêneros. O site está lá pra quem quiser usar. Por outro lado, aqueles com poder aquisitivo maior conseguem soltar mais vídeos e de maneira mais profissional.*

Referindo-se à maneira como a circulação musical acontece na contemporaneidade, Carvalho (1999), por sua vez,discorreu sobre a oferta gratuita de músicas pelo *Youtube*, o que mudou o paradigma de se ouvir música no *cyberspace.* Não é necessário mais “comprar” a música, que passou a ser gratuita. A cobrança vem na forma de anúncios colocados antes das canções. Esta “democratização” súbita dos produtos musicais alavancou o mercado fonográfico ao contrário do que pensavam os críticosmque temiam o fim do mercado da música com o advento da internet[95]. Por outro lado,

[93]Dentre várias plataformas de divulgação musical on line cito Spotify (https://www.spotify.com/br/) e Deezer (http://www.deezer.com/).
[94]Lembrando que o entrevistado é o n. 2 pertencente à categoria Intérprete.
[95]http://gizmodo.uol.com.br/musica-fisica-digital-2014/. Acesso em 09/11/2015.

importante ser lembrado que esse processo específico de circulação propiciado pelo *Youtube* vai muito além de uma simples divulgação e circulação musical, já que pode ser observado novamente com Pariser (2012) que ele trabalha também com "a sugestão"das músicas a serem consumidas pelos usuários através do Filtro Invisível.

Enfim, percebendo o *youtube* como um elemento importante de circulação musical na contemporaneidade, pretendendodemonstrar alguns aspectosdo processo de circulação e seus mecanismos no contexto dessa abordagem, entender, por intermédio desta engenharia reversa[96]alguns ângulos do processo em si,foicriado por esse pesquisadorquatrousuários fictícios do *Google*. Esses usuários foram registrados no *Gmail*, com perfis de fruição musical diferentes entre si, viáveis de ser facilmente filtrados pelo algoritmo do *Youtube*, o que conduziu a uma personalização dos resultados para cada um deles. Esse aspecto do *youtube*condiz com o pretendido pelos organizadores do site e com a observação de Tapan Bath, Vice-Presidente do Yahoo(PARISER, 2012, p.8), quando afirma: "O futuro da internet é a personalização – a rede agora gira em torno do 'eu'. A ideia é entrelaçar a rede de uma forma inteligente e personalizada para o usuário." Voltando à pesquisa realizada com usuários do *youtube*, visando um dos ângulos do processo de circulação propiciado por esse site,passo agora a explicar como foi a montagem de usuários fictícios para a verificação da ocorrência do Filtro Invisível e de resultados sugestionados pelo portal.

### 2.2.1 Montagem dos perfis de usuários no *Youtube*

Foram criados alguns usuários fictícios no gmail[97], proporcionando contas que dariam acesso às funcionalidades do *Youtube.* O*Youtube* necessita de uma conta para identificar, filtrar os dados, para viabilizar o ato contínuo de personalizar o usuário utilizando o algoritmo do Filtro Invisível. Os usuários foram selecionados tendo como base os dados obtidos no *Youtube Rewind* Brasil e nos Relatórios do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição - ECAD (http://www.ecad.org.br/pt/Paginas/default.aspx), o que conduziu a alguns dos gêneros mais acessados no Brasil na contemporaneidade: sertanejo, pagode, rock, religioso, *funk* carioca[98]. O gênero erudito foi incluído nesta

[96]A **engenharia reversa** é o método utilizado para se entender o funcionamento de um dispositivo através da análise do seu funcionamento, características, buscando-se chegar ao entendimento dos processos utilizados para a sua montagem. Disponível: http://www.tecmundo.com.br/pirataria/2808-o-que-e-engenharia-reversa-.htm. Acesso em 21/10/2015.

[97]A criação de um email no gmail é simples: basta acessar o link https://accounts.google.com/SignUp?hl=pt-BR e fornecer as informações pessoais solicitadas.

[98]Este gênero musical começou a ser conhecido no Rio de Janeiro, nos bailes das favelas cariocas, e hoje ocupa posição de destaque nos acessos do *Youtube Rewind Brasil*, sendo ouvido em todo território nacional e não apenas no Rio de Janeiro. Constitui-se em um gênero musical com elementos brasileiros típicos (língua,

listagem por se constituir em outro gênero que possui elevado número de acessos, como pode ser visto em alguns portais especializados em música erudita[99]. Os usuários selecionados a partir desses critérios atenderam a uma variedade de perfis de consumidores, portanto, consumidores de diferentes dimensões culturais, o que também interessou nesse momento à pesquisa. Depois de alguns acessos no *youtube* "logado" nas contas que foram criadas e de conteúdoscompatíveis com o perfil de cada usuário criado, percebeu-se pelos *prints*[100] obtidos nas figuras logo mais apresentadas, recomendações sugeridas pelo portal *Youtube*. A principal preocupação foi observar detidamente as músicas recomendadas pelo *Youtube Rewind* Brasil para cada perfil de usuário. Percebeu-se que cada usuário viu o que estava dentro do seu perfil de preferência musical, mas também visualizou recomendações "fora" do seu perfil. Fato este que apontou para uma padronização de "sugestões musicais", assim como confirmou que os resultados são direcionados para cada tipo de consumidor recolhido, conforne já havia sido preconizado por Pariser (PARISER, 2012):

> No fim das contas, os defensores da personalização nos oferecem um mundo feito sob medida, adaptado à perfeição para cada um de nós. É um lugar confortável, povoado por nossas pessoas, coisas e ideias preferidas... nosso país, essas coisas simplesmente desaparecerão. Nunca mais ficaremos entediados, nada mais nos perturbará. Os meios de comunicação serão um reflexo perfeito de nossos interesses e desejos. (ibidem, p.10)

A seguir, apresento algumas tabelas realizadas a partir dessa experiência e os resultados obtidos na abordagem de cada usuário, conforme indicado abaixo.

**Tabela 3 – Perfis desenvolvidos no *Youtube***

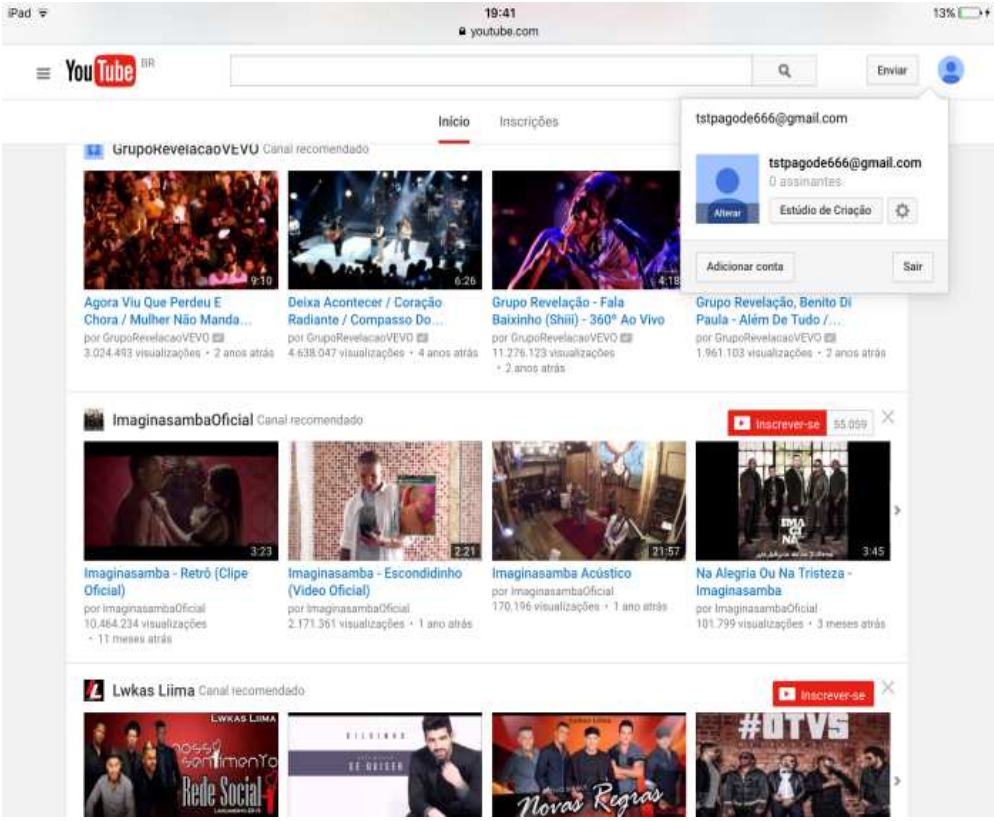
| Perfil | Usuário |
|---|---|
| **Perfil 1** | **acessa gênero PAGODE no *Youtube*** |
| **Perfil 2** | **acessagênero ERUDITO no *Youtube*** |
| **Perfil 3** | **acessagêneroROCK no *Youtube*** |
| **Perfil 4** | **acessagêneroRELIGIOSO no *Youtube*** |
| **Perfil 5** | **acessagênero SERTANEJO no *Youtube*** |
| **Perfil 6** | **acessagênero FUNK CARIOCA no *Youtube*** |
| **Fonte: edição do autor** | |

ritmo, melodia), mas nos seus primórdios foi uma cópia fiel do funk americano *miami bass* e *free style*(VIANNA, 1987).

[99] Exemplo é o portal https://www.youtube.com/watch?v=jgpJVI3tDbY com 31.944.522 visualizações. Acesso em 12/06/2016.

[100]`Tirar *print´* é o nome popular para o procedimento técnico para se fotografar o que está sendo feito na tela do dispositivo cibernético (computador, ipad, celular, etc) para demonstrar os passos efetivados para um determinado resultado no equipamento.

**Figura 4 - Usuário e resultados com perfil de gênero musical Pagode**




**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

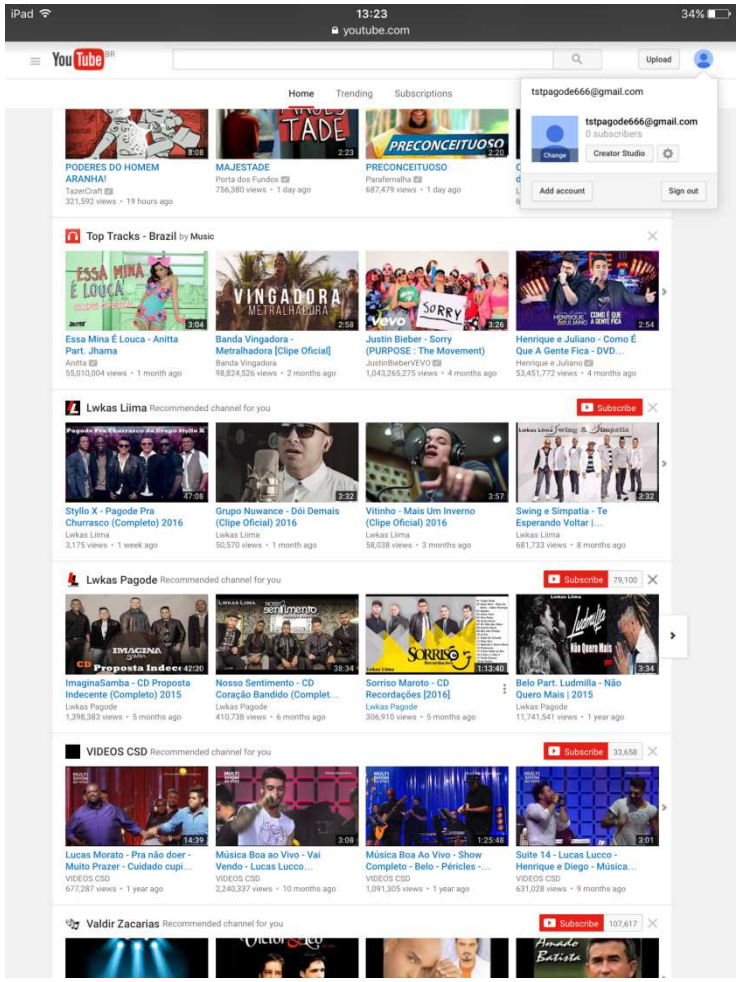
**Tabela 4 - Resultados atendendo ao Perfil Pagode**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Pagode (tstpagode666@gmail.com)** | **Grupo Revelação (Agora viu que perdeu e chora, Deixa Acontecer, Fala Baixinho, Além de Tudo)**<br><br>**ImaginaSamba (Retrô, Escondidinho, ImaginaSamba Acústico, Na Alegria e na Tristeza)**<br><br>**Lwcas Lima (Canal especializado em Pagode[101])** |

**Fonte: ediçãodo autor**

[101]Este canal contava com 96.868.350 visualizações no momento do acesso deste canal pelo pesquisador. Disponível emwww.youtube.com/user/LwkasLiima16. Acesso em 08/11/2015.

**Figura 5 – Resultados com Músicas Recomendadas para o Perfil Pagode como últimos lançamentos**



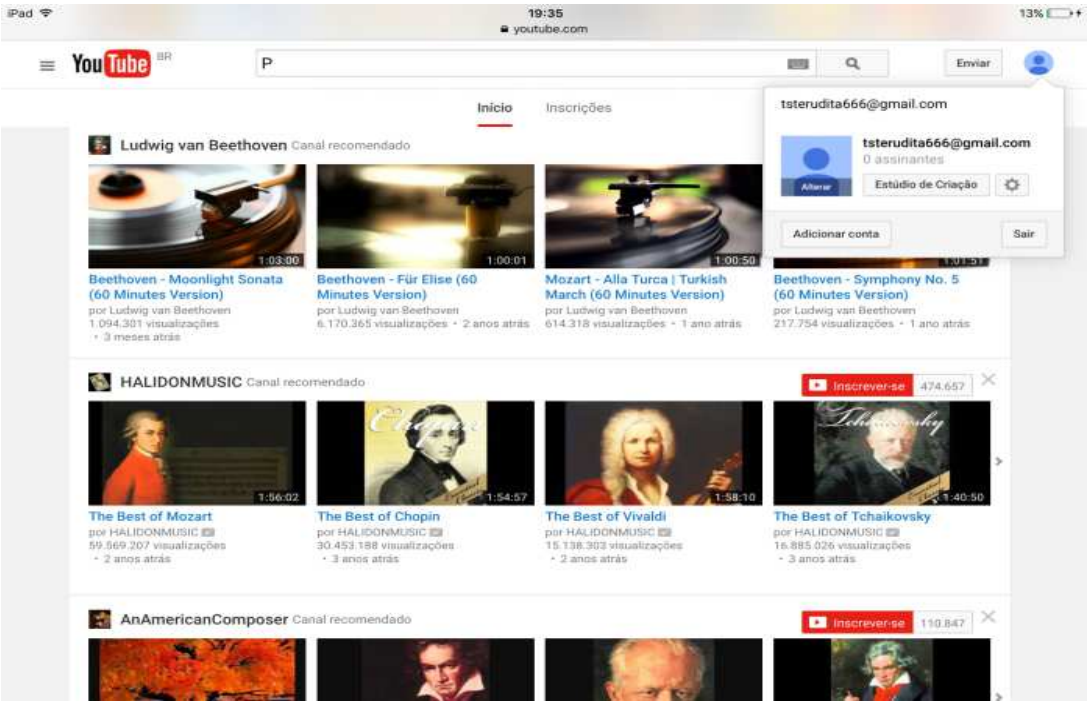

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 5 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Pagode**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Pagode (tstpagode666@gmail.com)** | **Essa Mina é Louca (Anitta)**<br>**Metralhadora (Banda Vingadora)**<br>**Sorry (Justin Bieber)**<br>**Como É Que a Gente Fica (Henrique e Juliano)** |

**Fonte: edição do autor**

**Figura 6 – Usuário com perfil de gênero musical Erudito**




**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 6 – Resultados atendendo ao perfil Erudito**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Erudito**<br><br>**(tsterudita666@gmail.com)** | **Ludwig van Beethoven[102](Moonlight Sonata, Fur Elise, Turkish March (Mozart), Symphony No.5 (Beethoven)**<br><br>**HALIDONMUSIC[103] (The Best Of Mozart, The Best Of Chopin, The Best Of Vivaldi, The Best Of Tchaikovsky)**<br><br>**AnAmericanComposer[104] (músicas não disponíveis no print)** |

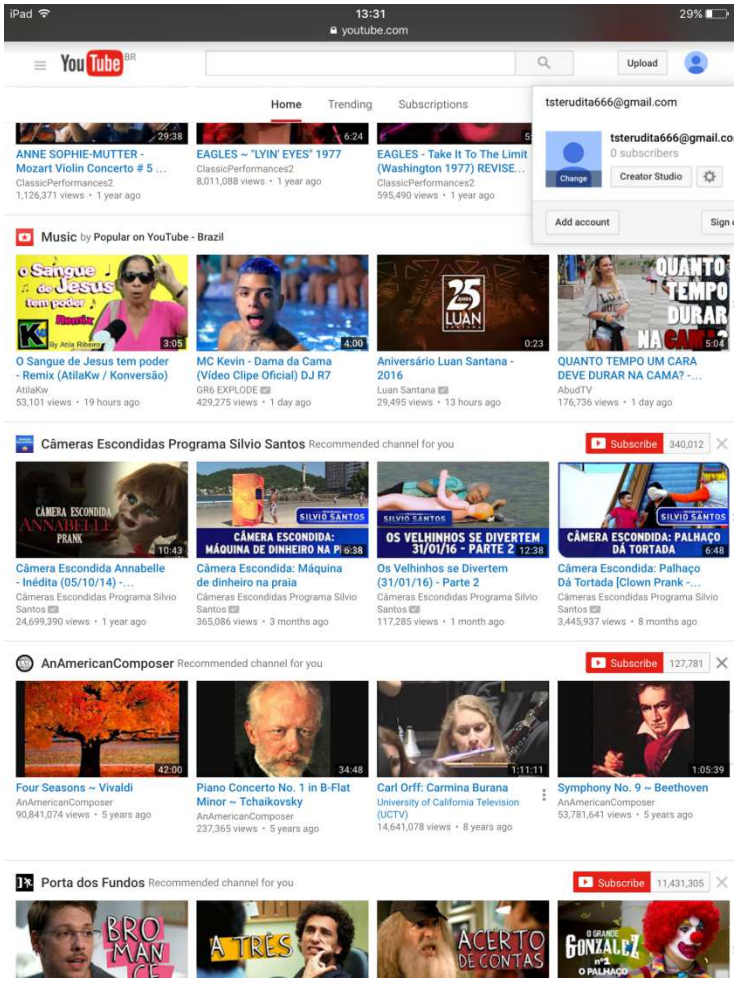
**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

[102]Canal dedicado à obra de Ludwig van Beethoven. No momen do acesso estava com 85.631 inscritos e 29.330.123 visualizações. Disponível em https://www.youtube.com/user/Lacrimosa12/featured. Acesso em 08/11/2015.

[103]Este portal é um dos mais importantes selos de música independente da Itália. No momento do acesso estava com 485.851 inscritos e 296.604.413 visualizações. Disponível em: https://www.youtube.com/user/HALIDONMUSIC/about. Acesso em 08/11/2015.

[104]Portal para apreciação de música clássica e novas composições. No momento do acesso estava com 113.239 inscritos e 127.688.374 visualizações.
Disponível em https://www.youtube.com/user/AnAmericanComposer/featured. Acesso em 08/11/2015.

**Figura 7 – Resultados com Músicas Recomendadas para o Perfil Erudito como últimos lançamentos**



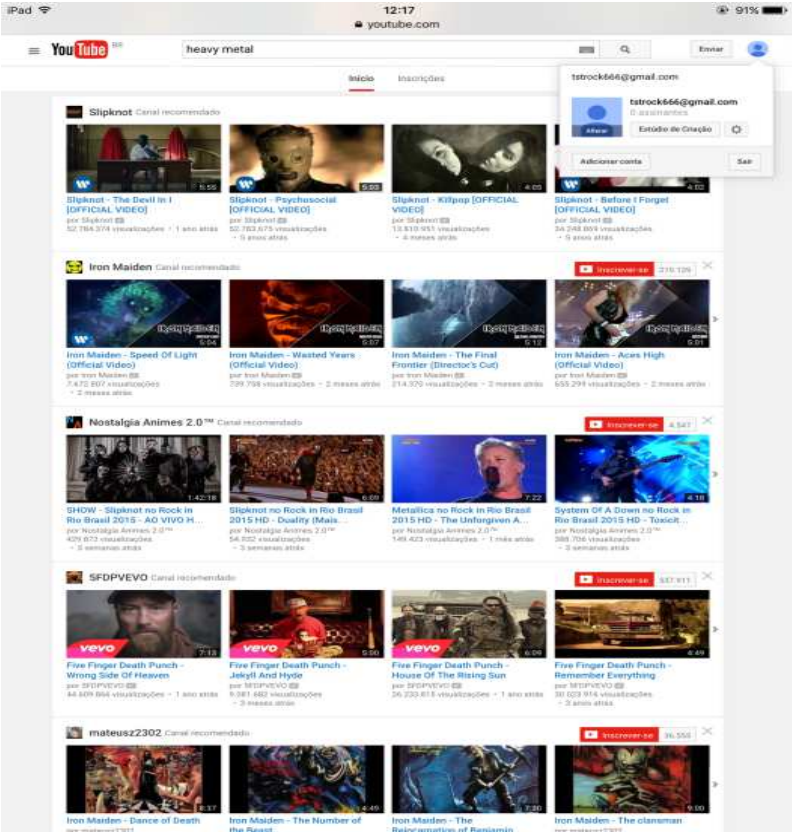

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 7 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Erudito**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| (tsterudita666@gmail.com) | **O sangue de Jesus tem Poder (Atila Kw)**<br>**Dama da Cama (Mc Kevin)**<br>**Aniversário Luan Santana 2016**<br>**Quanto Tempo Um Cara Deve Durar na Cama? (AbudTv)** |

**Fonte: edição do autor**

**Figura 8– Usuário com perfil de gênero musical Rock**



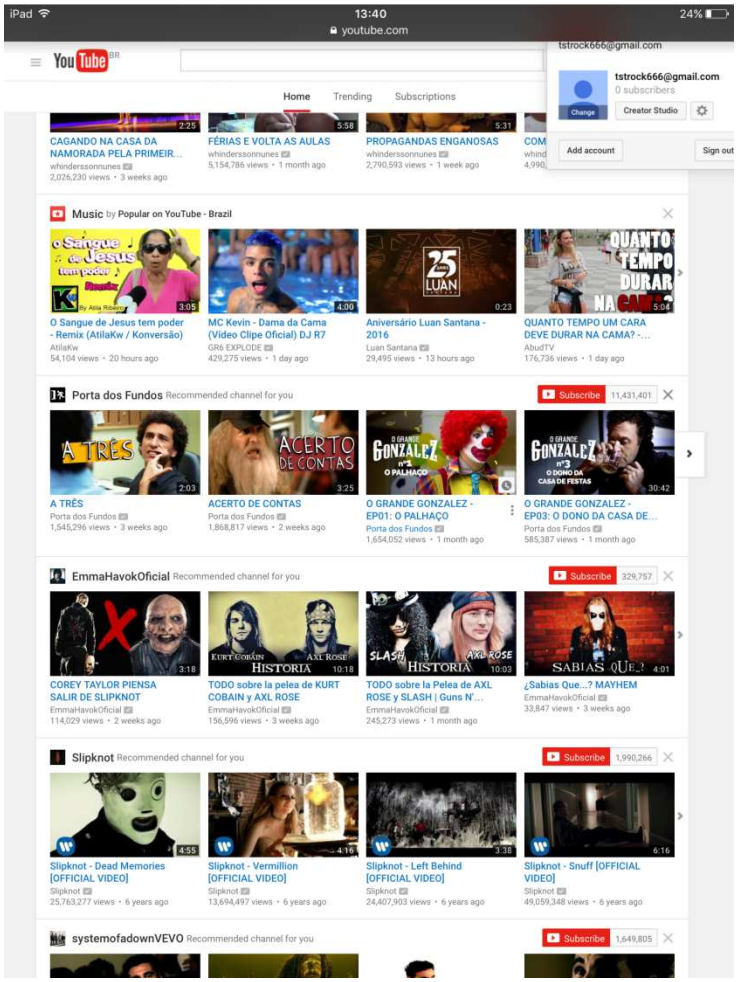

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 8 - Resultados Perfil Rock**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| Rock (tstrock666@gmail.com) | • **Slipknot (The Devil In I, Psychosocial, KillPop, Before I Forget)**<br>• **Iron Maiden (Speed Of Light, Wasted Years, The Final Frontier, Aces High)**<br>**Nostalgia Animes (Slipknot no Rock in Rio, Metallica no Rock in Rio, System Of Dawn no Rock in Rio)** |

**Fonte: edição do autor**

**Figura 9 – Músicas Recomendadas para o Perfil Rock**



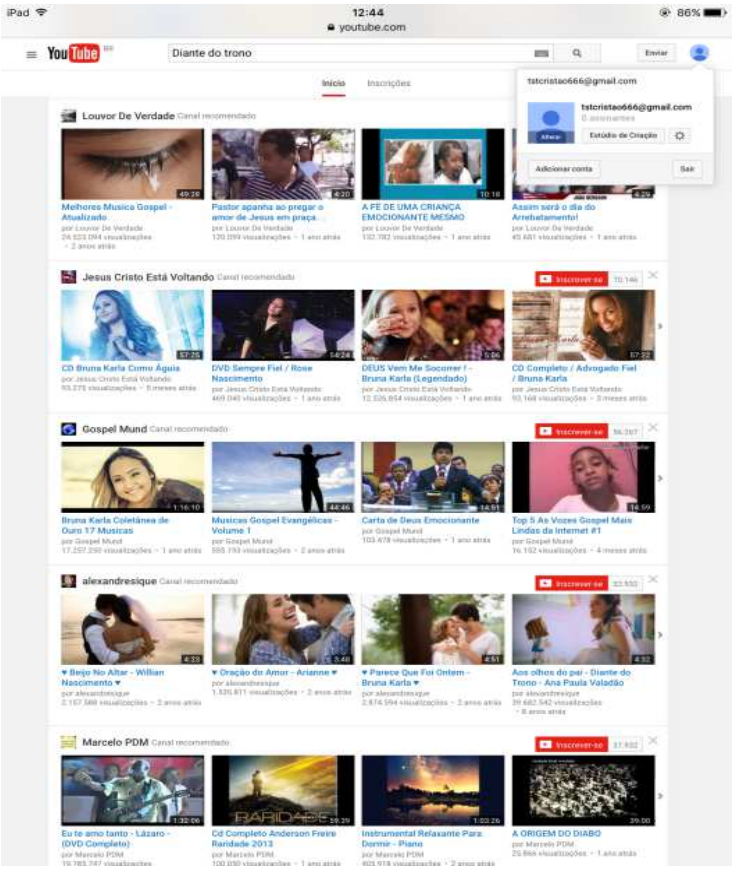

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 9 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Rock**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| Rock<br>**(tstrock666@gmail.com)** | **O sangue de Jesus tem Poder (Atila Kw)**<br><br>**Dama da Cama (Mc Kevin)**<br><br>**Aniversário Luan Santana 2016**<br><br>**Quanto Tempo Um Cara Deve Durar na Cama? (AbudTv)** |

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Figura 10– Usuário com perfil de gênero musical Gospel**




**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

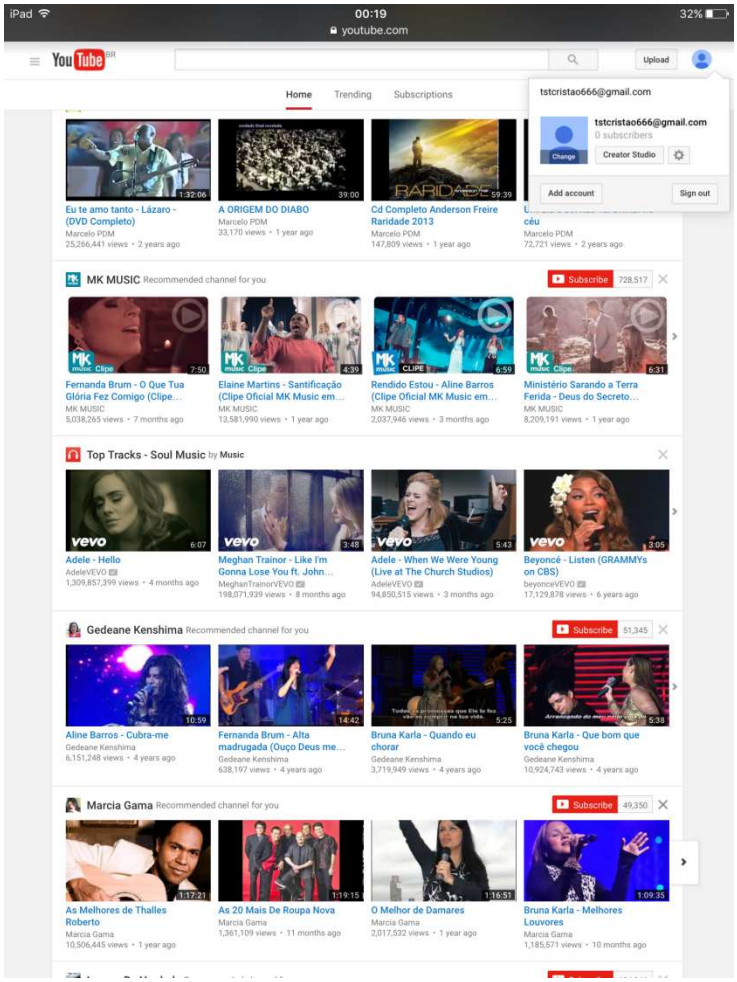
**Tabela 10 - Resultados Perfil Gospel**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Gospel**<br><br>**tstcristao666@gmail.com** | **Louvor de Verdade[105] (Melhores Músicas Gospel, Pastor Apanha Ao Pregar O Amor de Jesus, A Fé de Uma Criança)**<br><br>**Jesus Cristo Está Voltando (Cd Bruna Karla, Dvd Rose Nascimento, Deus Vem Me Socorrer - Bruna Karla)**<br><br>**Gospel Mund (Bruna Karla, Músicas Gospel Evangélicas, Carta de Deus)** |

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

[105]No momento do acesso possuía 80.940 inscritos e 26.161.176 visualizações. Disponível em https://www.youtube.com/user/leandronadasupera/featured. Acesso em 08/11/2015.

**Figura 11– Músicas Recomendadas para o Perfil Gospel**



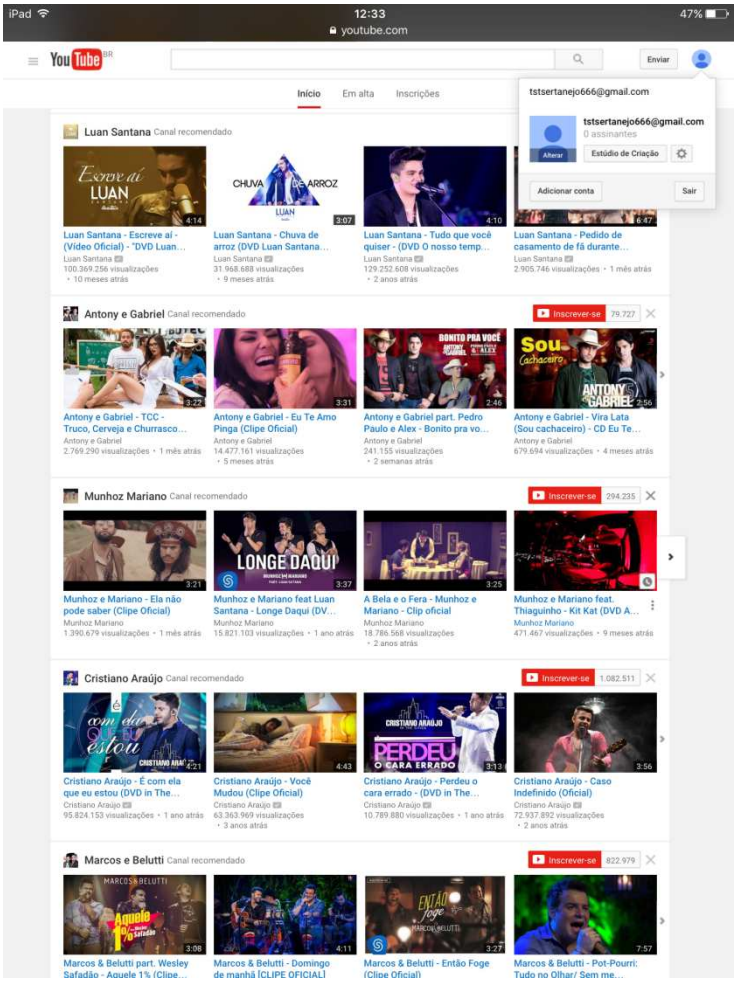

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 11 - Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Gospel**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Gospel**<br><br>**tstcristao666@gmail.com** | **Hello (Adele)**<br><br>**Like I´m Gonna Lose You (Meghan Trainor)**<br><br>**When We Were Young (Adele)**<br><br>**Listen (Beyoncé)** |

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Figura 12- Usuário com perfil de gênero musical Sertanejo**



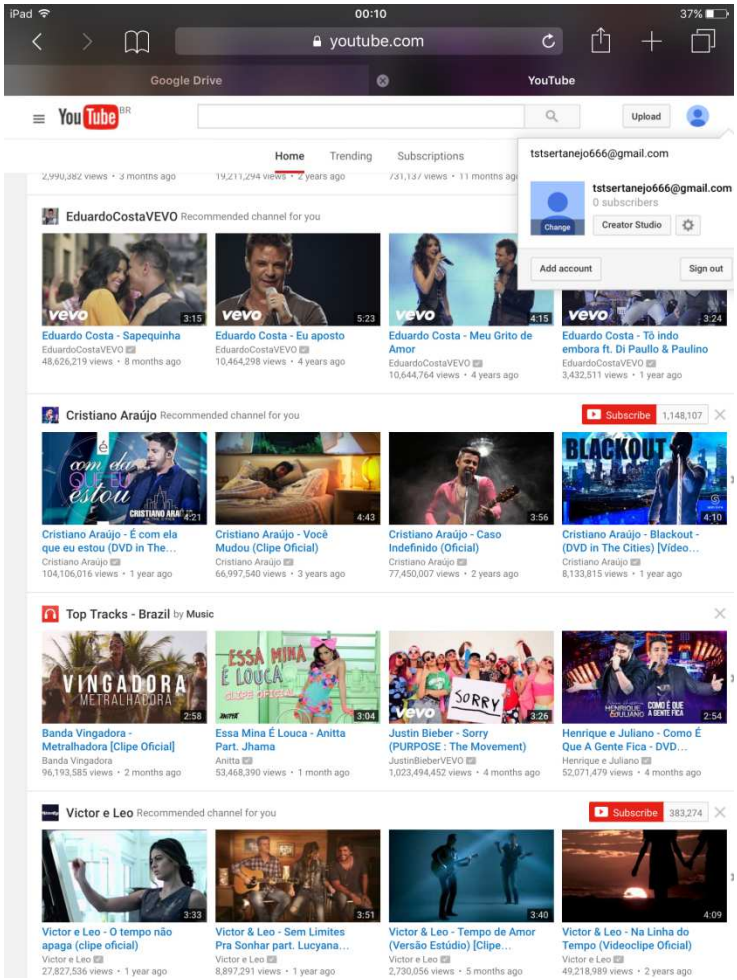

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 12- Resultados Perfil Sertanejo**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Sertanejo**<br><br>**tstsertanejo666@gmail.com** | **Luan Santana**<br><br>**Antony e Gabriel**<br><br>**Munhoz e Mariano** |

**Fonte: edição do autor**

**Figura 13– Músicas Recomendadas para o Perfil Sertanejo**



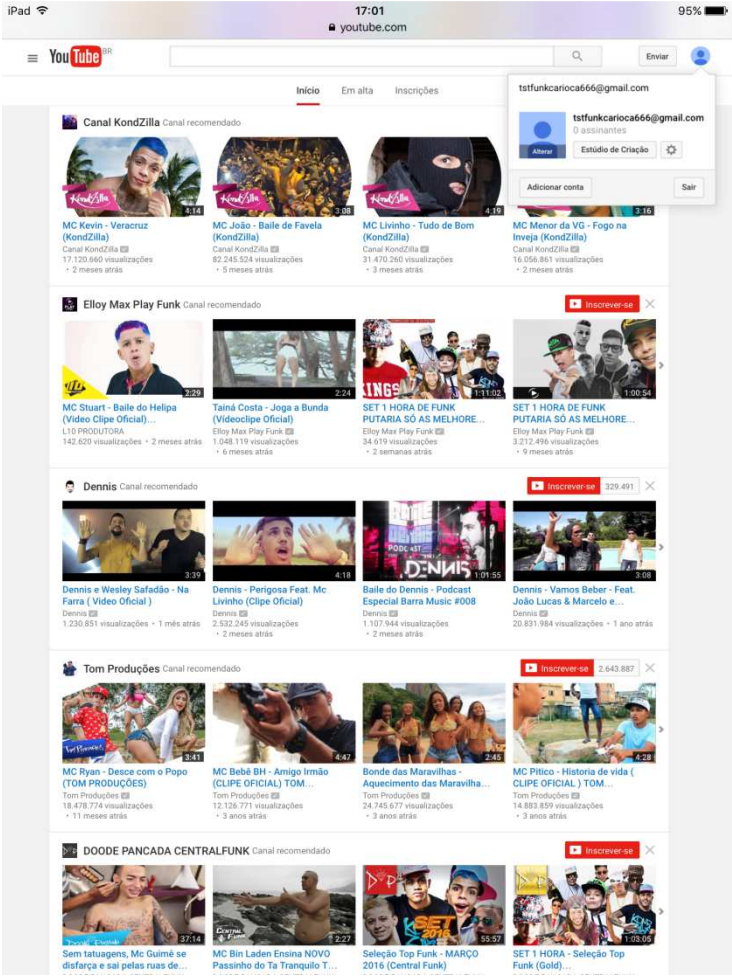

**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 13- Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Sertanejo**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Sertanejo**<br><br>**tstsertanejo666@gmail.com** | **Metralhadora (Banda Vingadora)**<br><br>**Essa Mina É Louca (Anitta)**<br><br>**Sorry (Justin Bieber)**<br><br>**Como É Que A Gente Fica (Henrique e Juliano)** |

**Fonte: edição do autor**

**Figura 14- Usuário com perfil de gênero musical Funk Carioca**




**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

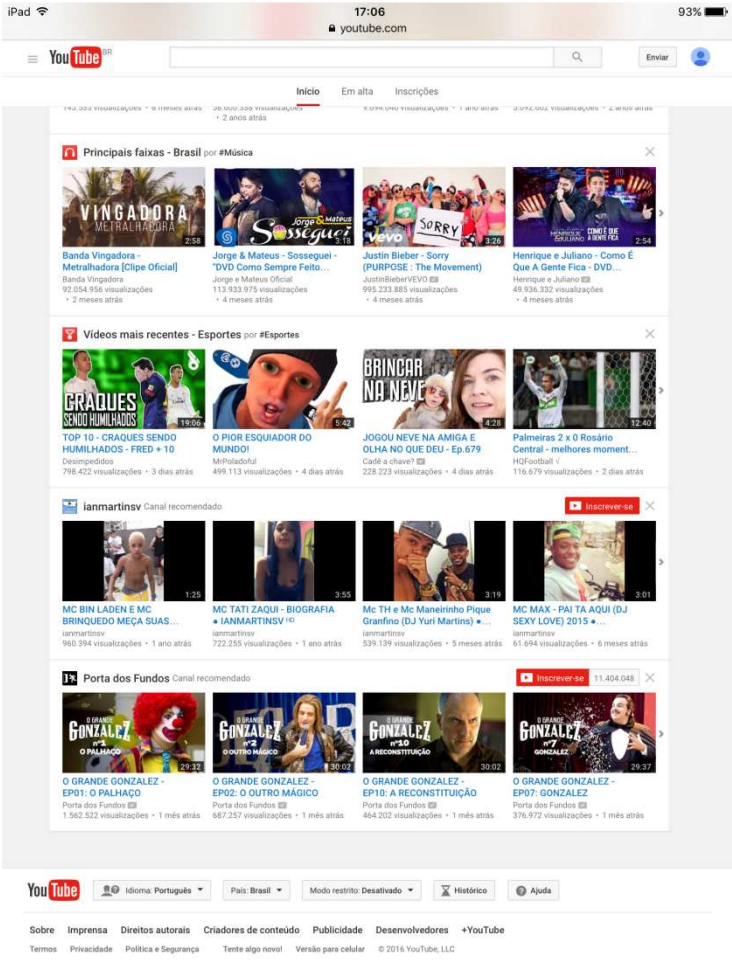
Tabela 14 - Resultados Perfil Funk Carioca

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube*[106] |
|---|---|
| **Funk Carioca**<br><br>**tstfunkcarioca666@gmail.com** | **Canal KondZilla**<br><br>**Elloy Max Play Funk**<br><br>**Dennis**<br><br>**Tom Produções** |

**Fonte: edição do autor**

[106]Todos estes canais são de divulgação do gênero funk carioca.

**Figura 15 – Músicas Recomendadas para o Perfil Funk Carioca**




**Fonte: edição do autor baseado nas informações geradas pelo** www.youtube.com.br

**Tabela 15- Resultados com músicas selecionadas atendendo ao Perfil Funk Carioca**

| Perfil | Canais de artistas recomendados pelo *youtube* |
|---|---|
| **Funk Carioca**<br><br>**tstfunkcarioca666@gmail.com** | **Metralhadora (Banda Vingadora)**<br><br>**Sosseguei (Jorge e Mateus)**<br><br>**Sorry (Justin Bieber)**<br><br>**Como É Que A Gente Fica (Henrique e Juliano)** |

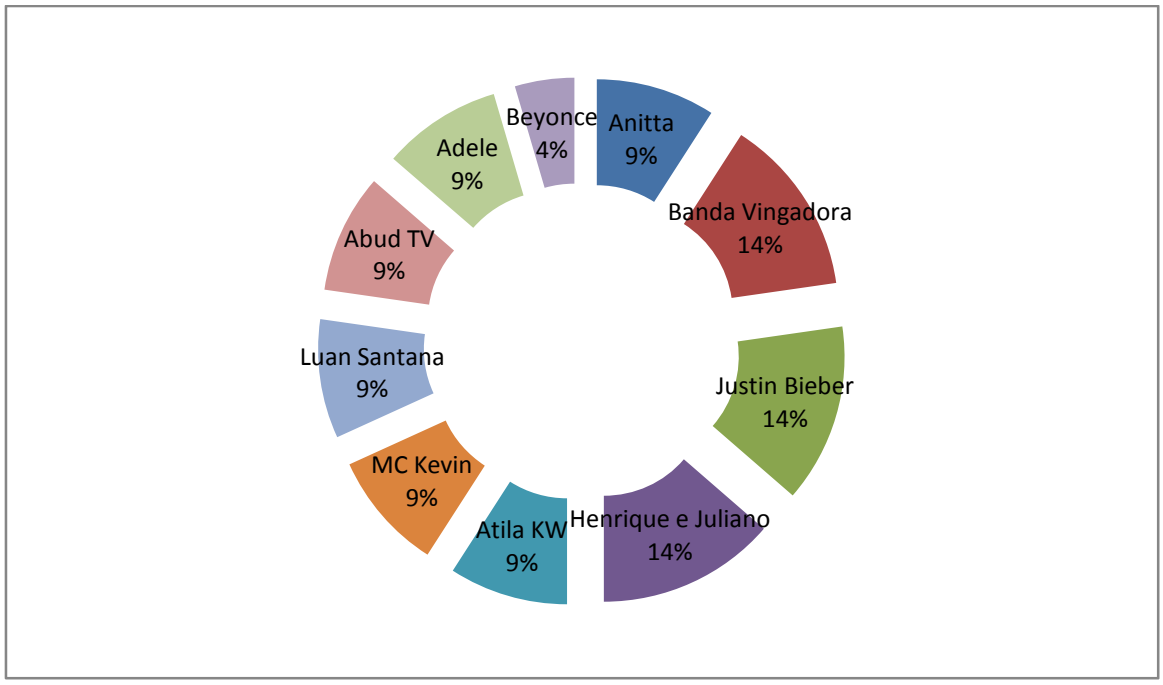
**Fonte: edição do autor**

**Tabela 16 – Principais Faixas – Brasil Recomendadas Pelo Portal *Youtube* – todos os usuários (pagode, erudito, rock, religioso, sertanejo e funk carioca)**

| | |
|---|---|
| **Pagode** | **Anitta (Essa Mina É Louca); Banda Vingadora (Metralhadora); Justin Bieber (Sorry); Henrique e Juliano (Como É Que A Gente Fica)** |
| **Erudito** | **Atila KW(O Sangue de Jesus Tem Poder -remix); Mc Kevin (Dama da Cama); Luan Santana (Aniversário Luan Santana); Abud Tv (Quanto Tempo Um Cara Deve Durar Na Cama?)** |
| **Rock** | **Atila KW(O Sangue de Jesus Tem Poder -remix); Mc Kevin (Dama da Cama); Luan Santana (Aniversário Luan Santana); Abud Tv (Quanto Tempo Um Cara Deve Durar Na Cama?)** |
| **Religioso** | **Adele (Hello); Megan Trainor (Like I´m Gonna Lose You); Adelle (When You Were Young); Beyoncé (Listen)** |
| **Sertanejo** | **Banda Vingadora (Metralhadora); Essa Mina É Louca (Anitta); Justin Bieber (Sorry); Henrique e Juliano (Como É Que A Gente Fica)** |
| **Funk Carioca** | **Banda Vingadora (Metralhadora); Jorge e Mateus (Sosseguei); Justin Bieber (Sorry); Henrique e Juliano (Como É Que A Gente Fica)** |

**Fonte: edição do autor**

**Figura 16 – Artistas Recomendados Pelo *YoutubeRewind* Brasil**




**Fonte: edição do autor**

Essa estratégia, que permitiu constatar alguns aspectos de como se dá a circulação da obra musical pela internet, possibilitou verificar que ao mesmo tempo em que se busca atender ao perfil do usuário, busca-se também divulgar outros gêneros musicais, percebidos como "últimos lançamentos". E, geralmente, os "últimos lançamentos" contemplam gêneros diferentes daquele privilegiado pelo usuário, o que demonstra que há uma manipulação, uma divulgação de gêneros premeditada, remetendo às questões de consumo do produto musical. Observou-se, portanto, que existem resultados recomendados pelo *Youtube Brasil* que aparecem para quase **TODOS** os usuários da plataforma, os chamados **resultados, canais e principais faixas. A** Figura 16 – Artistas Recomendados Pelo *YoutubeRewind* Brasil mostraa predominância de nomes ligados ao Sertanejo Universitário e ao *Funk* carioca (14% Henrique e Juliano; 9% Luan Santana; Jorge Matheus; 9% Anitta; 9% MC Kevin; 9% Átla KW), junto à menção a alguns cantores estrangeiros (Justin Biber e Adele) na relação dos últimos lançamentos recomendados. A ausência junto a essas ofertas de outros gêneros brasileiros como o samba, o baião, a MPB, por exemplo, que também tem significação e preferência junto ao público brasileiro, não deixa de indicar um direcionamento dos resultados recomendados pelo *Youtube Brasil*, independente do perfil do usuário (PARISER, 2012). Ao que tudoindica, essas músicas recomendadas estão implicadas com processos de recepção influenciados pelos escritórios de produção artística, que promovem seus produtos musicais em um mercado competitivo e com mudanças fugazes (GOHN, 2007). Instituições como IBOPE[107], OMB[108] e ECAD[109] fazem articulações com os resultados esperados, fiscalizam, arrecadam e promovem uma representação identitária de 'respeitabilidade' em todo este processo, destarte as polêmicas que envolvem todas estas instituições e seus procedimentos metodológicos com matiz dúbio[110].

Nessa estratégia utilizada, portanto, ficou demonstrado que existem artistas recomendados pelo *Youtube*, seguindo um padrão previamente coletado e analisado de consumidor, conforme já explicitado através do Filtro Invisível de Pariser (2012). Foi possível perceber que os perfis erudito e rock tiveram resultados idênticos, acontecendo quase as mesmas sugestões para os perfis sertanejo e *funk* carioca. O perfil religioso, por sua vez, seguiu um padrão diferenciado, já que as sugestões tiveram um direcionamento

[107]https://www.kantaribopemedia.com/
[108] http://www.ombsp.org.br/index.php
[109] http://www.ecad.org.br/pt/Paginas/default.aspx
[110]http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=269293;http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=262639;http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=262638

diferente, devido às especificidades que esse público busca em seus consumos midiáticos (vídeos sem exposição corporal e linguagem de duplo sentido sexual). Esta constatação extrapola o mundo da informação e atinge especifidades como a intimidade e preservação de dados pessoais sigilosos, a manipulação de dados pelas agências governamentais e a posterior constatação que o indivíduo, dentro da trama social específica que se movimenta (BOURDIEU, 1989), se mimetizou em lucros incessantes por parte das grandes corporações e em consumidor de mercadorias vendáveis (BAUMAN, 2008). Assim, ficou comprovado que o portal *Youtube* conduz e induz resultados. Ao mesmo tempo que sugere artistas de maneira a 'agradar' o perfil do consumidor anteriormente selecionado, direciona o ouvinte para outros perfis, buscando "vender" produtos musicais.

# CAPÍTULO 3

## As músicas mais acessadas do *Youtube* brasileiro nos anos 2012 a 2015: uma análise

Nessa terceira e última parte, depois da menção realizada no capítulo anterior aos processos de criação, produção, circulação e recepção implicados com a obra musical na atualidade, suficiente para que esses processos sejam percebidos em relação aos gêneros musicais mais acessados no *Youtube Rewind* brasileiro selecionados, esses gêneros serão analisados e interpretados, de acordo com o objetivo desse trabalho. O processo de análise exigiu dois investimentos: a compreensão do conceito de representações sociais, que passo a denominar representações sócio-culturais pela abordagem que está sendo realizada do objeto, já apontando para o enfoque da cultura percebida como a articulação de processos simbólicos, conforme reflexões de Geertz (1989), e, em segundo lugar, o investimento em procedimentos de análise que remetem a Ferrara (1984) e a Moscovici (2003), autores que abordam três níveis de análise tendo em vista o simbólico que dá suporte ao representacional.

**O representacional**

Conforme Moscovici (MOSCOVICI, 1978; 2003), as representações surgem no curso das comunicações que formam pontos de vistas comuns referentes a questões de interesse coletivo, o que levou Rangel (1997, p.23), fundamentada nesse autor, a observar que o termo – representação refere-se "ao processo de construção, ou seja, à 'sociogênese' pela qual se constrói coletivamente o conhecimento e, também, ao produto desse processo, ou seja, o conteúdo e, portanto, aos conceitos e imagens que se formam e adotam socialmente". Acrescenta:

> **As representações**, como forma de **conhecimento prático**, incorporam algumas características. Entre essas características, incluem-se o caráter social de sua formação, o **compartilhamento pelo grupo social** (expressando e identificando o seu pensamento, o seu sentimento sobre objetos de seu interesse e campo de atuação), os mecanismos de formação (a objetivação e a ancoragem) e os meios (a interação e comunicação),

> pelos quais as representações se veiculam, assimilam e consolidam (ibidem)

Moscovici refere-se a formas de pensamento, a percepções, categorizações, que implicam um conhecimento coletivo, a elaboração de conceitos, que são objetivados pelas obras e práticas sócio-culturais, possibilitando processos forjadores de identidades compartilhadas. Chartier (2002, p.17) também reflete sobre a inseparabilidade do representacional dos processos identitários ao versar sobre o conhecimento cotidiano envolvido com classificações, divisões e delimitações, que organizam a apreensão do mundo social "como categorias fundamentais de percepção e de apreciação do real e que são sempre determinados pelos interesses [dos] grupos que os forjam. Para esse autor (ibidem, p. 23), a noção de representação

> permite articular três modalidades da relação com o mundo social: em primeiro lugar **o trabalho de classificação e de delimitação** que produz as configurações intelectuais múltiplas, através das quais a realidade é contraditoriamente construída pelos diferentes grupos; seguidamente, **as práticas** que visam fazer reconhecer uma identidade social, exibir uma maneira própria de estar no mundo, significar simbolicamente um estatuto e uma posição; por fim, **as formas institucionalizadas e objetivas** graças às quais uns "representantes" (instâncias coletivas ou pessoas singulares) marcam de forma visível e perpetuada a existência do grupo, da classe ou da comunidade. (ibidem)

Ao sugerir a complementaridade entre práticas e representações sociais, Chartier se mostra mais uma vez afinado com Moscovici (1978), quando assinala as interações entre "o campo da representação", "a atitude" e "a informação", que serão comentados no próximo item.

Todo o processso ligado ao representacional, segundo esses autores, têm como suporte o simbólico, o que, observado por outro viés, já aparece na base do próprio termo representação. Para Falcon (2000, p.45), "etimologicamente, representação provém da forma latina *repraesentare* – fazer presente ou apresentar de novo. Fazer presente alguém ou alguma coisa ausente, mesmo uma idéia, por intermédio da presença de um objeto". Chartier (2002), historicizando esse processo  no contexto da sociedade ocidental, resgata duas famílias de sentido:

> por um lado, a representação como dando uma coisa ausente, o que supõe uma distinção radical entre aquilo que representa e aquilo que é representado; por outro, a representação como exibição de uma presença, como apresentação pública de algo ou de alguém (ibidem, p. 20)

Esse autor entende a representação como "relacionamento de uma imagem presente e de um objeto ausente, valendo aquela por este, por lhe estar conforme" (ibidem, p. 21). Isso ao observar que representação é um conceito-chave da teoria do simbólico, uma vez que o objeto ausente é re-apresentado à consciência por intermédio de uma imagem ou símbolo, isto é, algo pertencente à categoria do signo. Esse enfoque remete também a Durand, citado por Falcon, quando afirma que "o símbolo (do grego symbolon) implica sempre a reunião de duas metades: o significante, carregado do máximo de concretude, e o significado, apenas concebível, mas não representável e que "se dispersa em todo o universo concreto" (DURAND apud FALCON, 2000, p. 46).

Pesavento (2005), por sua vez, defende que "o real é ao mesmo tempo concretude e representação", entendendo que as representações estão profundamente implicadas com o Imaginário por intermédio da sua "natureza simbólica [que] remete à noção de alegoria",das possibilidades colocadas por suas três dimensões, "aempírica, a ideológica e a utópica"[111],que o colocam entre o real concreto e o real pensado. A autora observa:

> representar é, pois, fundamentalmente, estar no lugar de, é presentificação de um ausente; é um apresentar de novo, que dá a ver uma ausência. A idéia central é, pois, a da substituição, que recoloca uma ausência e torna sensível uma presença. [...] Aquilo/aquele que se expõe – o representante – guarda relações de semelhança, significado e atributos que remetem ao oculto – o representado. A representação não é cópia do real, sua imagem perfeita, espécie de reflexo, mas uma construção a partir dele. (ibidem, 2005, p. 40)

As representações estão intrinsecamente ligadas ao simbólico, portanto, e através dele, implicam em conceitos, teorias cotidianas de explicitação dos fatos que, ao se objetivarem nas formas simbólicas que constituem as práticas sociais, tornam - se uma evidência, segundo agora novamente Moscivici (1978; 2003). Visando ainda o suporte que o simbólico ("desse modo") e o imaginário ("como se fosse") dão ao representacional e, nesse processo, a sua implicação com processos identitários, Silva enfoca também o lado material das representações que dá suporte à objetivação dos sentidos e significados

[111]Pesavento (1995, p. 22-24) abordando o Imaginário como uma representação do real, evidencia as três dimensões que entende constituí-lo: "a **realidade**, o suporte da concretude do real: a própria potência criadora do imaginário não é concebida num vazio de idéias, coisas ou sensações [...], as idéias-imagens precisam ter um mínimo de verossimilhança com o mundo vivido para que tenham aceitação social, para que sejam críveis; a **manipulação ideológica,** a intenção deliberada, o controle, o gerenciamento e manipulação do imaginário, a intervenção no processo de formação do imaginário coletivo de manifestações e interesses precisos; e a**utopia** ou dimensão fantástica, latências de desejos, esperanças, outras possibilidades de vida frente a fatalidade imposta pela ordem social." Importante frisar que a autora pondera o fato de que a complexidade inerente ao Imaginário faz com que ele comporte, ao mesmo tempo, de forma intrincada, as suas três dimensões.

inerente à trama e aos processos simbólicos. Baseado em Hall, observa que a representação deve ser percebida também na sua

> [...] dimensão de significante, isto é, como sistema de signos, como pura marca material. A representação expressa-se por meio de uma pintura de uma fotografia, de um texto, de uma expressão oral. A representação não é, nessa concepção, nunca, representação mental ou interior. A representação é, aqui, sempre marca ou traço visível, exterior (SILVA, 2011, p.90)

Tendo em vista essa fundamentação, portanto, posso dizer que as partituras, práticas musicais, formulações verbais, formas de recepção, imagens e metáforas relacionadas a uma temporalidade, espacialidade e dimensionalidade cultural específicas – nesse caso a dimensão popular urbana no período recortado divulgada pelo espaço do *Youtube Rewind* - são capazes de se constituir em suportes representativos das significações, valores e hábitos relacionados a essa dimensão cultural e temporal, bastando ser a ela relacionados. Sem perder de vista essa abordagem, transfiro o foco agora para o segundo investimento: os três níveis de análise mencionados.

**Os três níveis de análise**

A análise das quatro músicas mais acessadas e divulgadas pelo *Youtube Rewind* terve como instrumento o representacional, e, como suporte, os três níveis de análise sugeridos por Ferrara (1984) e Moscovici (1978; 2003). Partiu da "audição aberta" da música e da "observação aberta" da performance e da recepção musicais. Essa modalidade de "escuta" e de "observação" é baseada em alguns elementos da fenomenologia, ou seja, aquele que está ouvindo e observando se "desveste" de si mesmo, de sua erudição, de seus conhecimentos, ao se colocar frente ao objeto de estudo, deixando que esse objeto se apresente naturalmente, na sua condição de música, performance e recepção. Em sequência, agora já "vestido de novo de si mesmo", o conhecedor da gramática musical e o estudioso do contexto sócio-histórico e cultural com o qual a obra e compositor interagem, alterna essa "audição" e "observação" com os três níveis de análise sugeridos pelo autor: o nível **sintático**, que prevê a análise da organização sonora com seus termos específicos, melodia, harmonia, ritmo, timbres, andamentos, a análise da performance, detalhes da interpretação, dos recursos diversos utilizados no palco, cenário e indumentária e a análise de formas de recepção musicais, a reação do público, a empatia com o artista; o nível **semântico**, que busca significantes –remete à identificação de significantes tanto na música, na performance, quanto na forma de recepção, ou seja,

remete à identificação das representações sociais que se objetivam no espaço da audição, da performance e da recepção; e o nível **ontológico**, que é realizado praticamente junto com o semântico, e que busca a relação dos significantes com os significados encontrados na análise do estudo do contexto sócio-histórico e social, da música, da performance e da recepção.

Moscovici, por sua vez, um especialista nas representações culturais, pode ser relacionado com Ferrara, já que prevê uma análise dimensional das representações, utilizando-as, mesmo, como instrumento de análise das práticas e objetos de estudo. Nessa abordagem, a análise do dimensional pressupõe a observação das três dimensões da representação: **o campo de representação**, no qual se destacam as figuras, imagens e os conceitos; **a atitude**, julgamento de valor ou posição (positiva, negativa, ou neutra) do sujeito sobre o objeto da representação; e **a informação**, ou organização do conhecimento que um grupo social tem do objeto (MOSCOVICI, 1978). Esse autor observa ainda que os enunciados podem ser identificados pelas figuras que expressam categorias ou qualidades (sociais) do objeto, constituindo "elementos nucleares" que esclarecem o seu conceito social. Climaco (2008, p.36), baseada em Moscovici, observa que "a percepção e o significado conduzem ao conceito que é concretizado nas imagens, fazendo que o icônico e o simbólico apresentem-se de forma indissociável nas representações". Assim, pelo processo de objetivação das representações sociais, conceitos e conteúdos "evidenciam-se no cruzamento das afirmações dos sujeitos sobre o objeto da representação, o que aponta as possibilidades colocadas pela análise dimensional-temática, para a percepção do conteúdo e do sentido" (Ibidem, 2008, p.36). Segundo Moscovici,

> As três dimensões – atitude, informação, campo de representação ou imagem – da representação social (...) fornecem-nos uma panorâmica de seu conteúdo e do seu sentido. Pode-se formular legitimamente a utilidade dessa análise dimensional (MOSCOVICI, 1978, p. 71)

Rangel, fundamentada nesse autor, afirma que

> Observando-se, então, elementos do conteúdo das Representações, pode-se identificá-los pelos conceitos e imagens, que se formam no curso das comunicações e interações, constituindo categorias explicativas do real, compartilhadas pelos sujeitos nos seus grupos sociais. (MOSCOVICI, *apud* RANGEL, 1997, p. 25)

No caso dessa investigação, as imagens que integram os vídeos, as obras, seus intérpretes e fruidores, divulgados pelo espaço do *Youtube Rewind* - são capazes de se

constituir em suportes representativos das significações, valores e hábitos relacionadosà dimensão cultural e temporal com a qual interagem de forma mais direta – a dimensão cultural popular urbana no cenário contemporâneo pós-moderno - bastando ser a ela relacionados através dos níveis de análise mencionados. Isso sem perder de vista que esta investigação é de matiz multimídia, que música e imagem estão interligadas no contexto cibernético e que precisam ser aí cotextualizadas também. Para essa última análise, buscou-se autores contemporâneos que trabalham a semiótica das imagens (BAITELLO, 2014; GROGER, 2011; KAMPER, 2002) e o seu impacto imagético nos consumidores midiáticos de clips contemporâneos.

Como já observado, apenas o vídeo com a música mais acessada de cada ano no *Youtube Rewind* (2012, 2013, 2014 e 2015), composta no Brasil[112],foi selecionado para a análise[113] e interpretação descritas. Essa análise e interpretação de cada um dos vídeos e obras, que possibilitarão a abordagem dos processos de criação, de produção, de circulação e de recepção a eles relacionados, serão depois comparados, visando a identificação dos gêneros e as diferenças e semelhanças no perfil e produção da música, quantificadas em relação à maior incidência de gêneros e depois observadas na sua relação com as interferências e possibilidades colocadas pelo site *Youtube* no processo de circulação. A seguir esta sequência de ações será aplicada a cada música analisada.

### 3.1.1 - A música mais acessada no ano de 2012 *no Youtube Rewind Brasil*

*Camaro Amarelo* foi a música mais acessada em 2012 no *Youtube Rewind Brasil* com 71.200.517 acessos[114]. Foi composta pelo compositorBruno Caliman[115]. O vídeo possui a duração de 3 min e 25 seg e a música pode ser identificada como gênero sertanejo universitário.

---

[112]O *Youtube Rewind* Brasil não fornece os dados detalhados por país, apenas o *ranking* das músicas mais acessadas. Esta política de não transparência do *Google* dificulta investigações mais aprofundadas. Ninguém tem acesso aos relatórios por região e por país do *Google*, sendo difícil comparar o número de views de uma determinada música em várias partes do mundo. A relação entre as mais tocadas no Brasil em contraposição às músicas internacionais deve, em primeira instância, partir do *Youtube Rewind* e depois buscar outros portais para comparação estatística. Este levantamento foge do escopo desta investigação.

[113]Esta limitação de músicas analisadas levou em consideração o fator tempo e espaço para a implementação das considerações teóricas e práticas advindas destas obras.

[114]https://www.youtube.com/watch?v=M79e5ji-53w&list=PLoeZWzNXxmy-rHFzP2096ULCGc76PsLgp&index=. Acesso em 19/02/2016.

[115]De acordo com consulta pelo nome da obra ao Escritório de Direitos Autorais da Biblioteca Nacional. Disponível em http://arquivo.bn.br/portal/index.jsp?plugin=FbnBuscaEDA. Acesso em 22/02/2016.
Também compôs o hit *Domingo de Manhã*, a terceira mais acessada no *Youtube* brasileiro em 2014 e *Escreve Aí*, a mais acessada no ano de 2015. É um *hitmaker*.

**Tabela 17 - Resultados do acesso ao Youtube Rewind Brasileiro – ano 2012**

| Posição | Música | Intérprete | Nº acessos |
|---|---|---|---|
| 1. | **Camaro Amarelo** | **Munhoz & Mariano** | **63.338.558** |
| 2. | Gangnam Style | Psy | 2.268.148.445[116] |
| 3. | Para Nossa Alegria | Família Para Nossa Alegria | 29.776.238 |
| 4. | Onde Eu Chego Paro Tudo | Mc Boy Do Charmes | 29.470.007 |
| 5. | Plaque De 100 | Mc Guime | 56.480.256 |
| 6. | Te Vivo | Luan Santana | 50.383.692 |
| 7. | Como É Bom Ser Vida Loka | Mc Rodolfinho | 20.258.953 |
| 8. | Você De Mim Não Sai | Luan Santana | 29.560.707 |
| 9. | Fiorino | Gabriel Gava | 22.419.246 |
| 10. | Top Do Momento | Mc Danado | 15.250.484 |
| | **Totalização de acessos** | | **2.585.086.586** |

**Fonte:**https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy-rHFzP2096ULCGc76PsLgp. Acesso: 11 março 2015.

**Figura 17 – Print vídeo Camaro Amarelono *Youtube Rewind Brasil***

**Fonte:https://www.youtube.com/watch?v=M79e5ji-53w&index=1&list=PLoeZWzNXxmy-rHFzP2096ULCGc76PsLgp. Acesso em 27/04/2016.**

- **A foto**

A foto dos intérpretes Mariano e Munhoz já evidencia representações divididas pelo grupo a que pertencem. O cabelo repicado e penteado para cima, camisetas jovens ornando um corpo musculoso, correntes grossas no pescoço, o residual em relação ao gênero sertanejo composto pelo chapéu e pelo cinto de "cowboy", conforme pode ser observado na Figura 18.

[116]Lembrando que só estão sendo levados em contaos acessos a vídeos com músicas brasileiras.

**Figura 18- Dupla Mariano e Munhoz – o perfil do cantor sertanejo universitáro: corte do cabelo, perfil jovem, despojado e musculoso, correntes, chapéu e cinto.**

**Fonte:https://www.google.com.br/search?q=munhoz+e+mariano&biw=1284&bih=734&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj5 . Acessado em 21 abril 2016.**

- **O gênero sertanejo universitário**

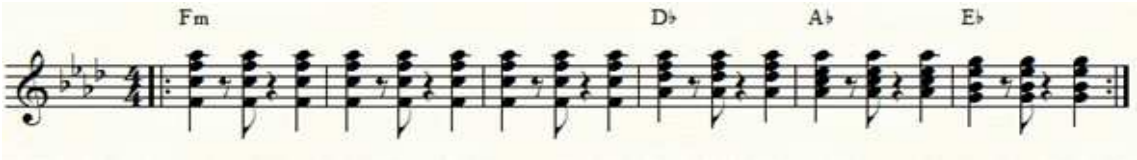
De acordo com a pesquisadora Melly Sena (2013), o estilo sertanejo surgiu em 1910 como um desdobramento da música caipira tradicional, incorporando elementos urbanos e ritmo que propiciavam a dança. As melodias continuavam simples e melancólicas e as letras discorriam sobre amor e traição, diferindo dos comentários sobre a vida no campo que a música caipira explicitava (SENA; GOMES, 2013). Já o termo universitário é correlacionado à "[...] influência de jovens universitários, vindos das regiões interioranas que disseminaram nos campi e repúblicas a música sertaneja de raiz que com o tempo foi associada com metais, guitarra, baixos, baterias e instrumentos de percussão" (ibidem, p. 217). Zan (2004), por sua vez, observou que esta música "sertaneja *pop*" veio de um longo caminho percorrido inicialmente pelas modas de viola, chamadas por Tonico e Tinoco de "romances" (ibidem). Estas tinham grande duração e tiveram que se adequar aos ditames da indústria cultural para caberem nos registros fonográficos dos discos de 78 rpm: "hoje, o povo da cidade não tem mais paciência para ouvir romances longos como aqueles. Temos que fazer composições mais curtas" (BERNADELLI, 1992, p.9). Esta exigência mercadológica tirou a música caipira do seu centro primordial na música popular: ser executada conectada a "[...] algum ritual, de religião, de trabalho ou de lazer. Mesmo a chamada moda-de-viola, denominação genérica do canto rural profano, não aparece senão acoplada a algum rito" (MARTINS, 1974, p.25). Passou a ser considerada um produto dentro do mercado de bens simbólicos: "a música não medeia as relações sociais na sua qualidade de música, mas na sua qualidade de mercadoria" (ibidem, p.33).

Esta foi uma das primeiras transformações da música caipira em mercadoria pronta para o consumo midiático no Brasil. Na década de 1960 a expansão dos meios de comunicação de massa no país foi notável, tendo implicações em ramos diversos da indústria cultural, tais como produção editorial, redes de televisão e indústria fonográfica (ZAN, 2004). De acordo com Renato Ortiz é o momento em que há a consolidação dos mercados de bens simbólicos no Brasil (ORTIZ, 1988). Acompanhando estas transformações exigidas pelo mercado fonográfico brasileiro, aparece uma nova forma de música sertaneja, que se distancia da figura " [...] caricata do caipira mau vestido, banguela, com chapéu de palha [...]". Os artistas buscavam representações identitárias mais cosmopolitas (HALL, 2005b) se utilizando de roupas de grife e cabelos bem penteados. O instrumental se inovou com a utilização de instrumentos até então não utilizados (ZAN, 2004) como guitarra, baixo elétrico, teclados e bateria. O acordeon continuou a ser utilizado por estes artistas *pops* como instrumento de legitimação desta nova música sertaneja, buscando sustentação nas músicas sertanejas tradicionais: "é interessante observar que algumas duplas inserem em seus CDs pelo menos uma música do chamado repertório de "raiz", com arranjos tidos como "modernos". Provavelmente isso representa uma estratégia de legitimação do disco e visa garantir identidade da produção com um público cada vez mais amplo (ibidem, p.4). *Camaro Amarelo*, a primeira música analisada, se apresenta como música sertaneja universitária.

- **Os processos de criação, produção, recepção e circulação**

O processo de criação do *Camaro Amarelo* revela uma harmonia que está centrada no tom de Fa m (Figura 19), utiliza acordes Fm, Db, Ab e Eb, ou seja, gira em torno do tom principal (I grau) e dos tons relativos aos principais tons desse centro (I, IV e V graus).

**Figura 19- Harmonia básica da música *Camaro Amarelo* interpretada por Munhoz e Mariano**




**Fonte: Edição do pesquisador**

A melodia foi desenvolvida em tessitura média, facilitando a entoação por homens e mulheres com vozes graves ou agudas, ampliando o impacto da melodia no

público consumidor. O andamento da música facilita a dança, sendo esta explorada intensamente no *clip* da música pelos cantores, com coreografia específica desenvolvida para facilitar a memorização da letra pelos ouvintes. Uma coreografia bastante sensual, por sinal, que prevê gestos, movimentos do corpo, expressões do rosto. A instrumentação é constituída por bateria, percussão, teclado, violão, guitarra, sanfonas e duas vozes masculinas. Os timbres são da música pop internacional, misturados com sons de sanfona e os indefectíveis duetos em terças dos cantores sertanejos contemporâneos. O processo de produção envolveu o uso intenso de iluminação, aliado a um palco enorme. Muito jogo de luz e formas geométricas em diversos painéis se colocam ao fundo do palco, assim como faixos de luzes que jorram do chão no final da música, ressaltando faustosa produção. Esses elementos ressaltam também que o evento é multimídia(DEBORD, 2003); (MOZDZENSKI, 2014), o que aponta para um cruzamento de informações sensoriais planejado metodicamente (GROGER, 2011).

Este planejamento sensorial relacionado a processos de recepção da obra musical, que leva ao consumo do produto por multidões em segundos, não incorpora elemento perceptível para reflexão mais profunda nas letras e nas coreografias. Esta hipertrofia imagética e sua dependência consumista pela massa foi comentada por Kamper (2002), que observou ser “a coisa mais difícil... uma existência sem imagens” pois para Baitello Jr.( 2014, p.45), a possibilidade de caráter “permanente” da imagem criada sobre a superfície virtualizaria uma “segunda existência”: “uma tentativa de perpetuação em face do medo ancestral da morte” (GROGER, 2011, p.24). Este viés interpretacional aponta para uma das várias explicações para o hedonismo contemporâneo, já que o hiper consumo capitalista (LIPOVETSKY, 2006); (TOALDO, 1997) incentiva o consumo sem limites, rápido e descartável: “[...] essa preponderância dos lazeres levou certos analistas a falar de um novo capitalismo centrado não mais na produção material, mas no divertimento e nas mercadorias culturais [...](LIPOVETSKY, 2006, p.62). Os bens culturais se aliaram às sensações corporais e ao hedonismo da pós-modernidade para oferecer uma fruição estética de cunho corporal, em que se consegue oferecer não apenas a venda de um serviço, mas experiências vívidas “capazes de causar emoção, ligação, afetos, sensações” (ibidem, p.63). A busca por estas novas sensações é oferecida pela Indústria Cultural com a promessa de grandes emoções:

> É nesse contexto que o hiperconsumidor busca menos a posse das coisas por si mesmas que a multiplicação das experiências, o prazer da

> experiência pela experiência, a embriaguez das sensações e das emoções novas: a felicidade das "pequenas aventuras" previamente estipuladas, sem risco nem inconveniente (ibidem).

Nesse momento da interpretação surge a pergunta: estamos lidando com o novo *sensorium* das massas conforme reflexões de Benjamin? Possivelmente sim, o que não impede que representações se coloquem evidenciando o investimento do homem contemporâneo ligado à música popular urbana nos elementos que integram o seu tempo, interagindo com a obra aberta de forma peculiar nesse contexto e cenário em que o universo cibernético se torna realidade de forma inevitável. Processos identitários se colocam, portanto.

- **A letra da música**

*Agora eu fiquei doce, doce, doce, doce*
*Agora eu fiquei do-do-do-do-doce, doce*
*E agora eu fiquei doce igual caramelo*
*Tô tirando onda de Camaro amarelo*
*E agora você diz: vem cá que eu te quero*
*Quando eu passo no Camaro amarelo*

*Quando eu passava por você*
*Na minha CG, você nem me olhava*
*Fazia de tudo pra me ver, pra me perceber*
*Mas nem me olhava*

*Aí veio a herança do meu véio*
*E resolveu os meus problemas, minha situação*
*E do dia pra noite fiquei rico*
*Tô na grife, tô bonito, tô andando igual patrão*

*E agora você vem, né?*
*Agora você quer?*
*Só que agora vou escolher*
*Tá sobrando mulher*

A melodia utiliza o recurso da exploração das sílabas das palavras — “do-do-do-do docedoce” para facilitar a memorização, conjugada com a repetição melódica (SCHOENBERG, 2015).Ao se observar a letra percebe-se a evidência de representações que apontam para uma grande ênfase nos aspectos materiais e na posse, tais como preconizadas por Bauman (2008), que fazem com que as pessoas se tornem vitrines ‘vivas’ dos produtos que consomem - “To na grife, to bonito, to andando igual patrão” -tendo sua identidade determinada pelas escolhas desse consumo(LIPOVETSKY, 2006). Fica evidenciada a determinação do consumismo e do poder de compra como ponto de partida para o sucesso do indivíduo nesta multidão de solitários: “Quando eu passava por você na minha CG você nem me olhava” e “Agora eu fiquei doce igual caramelo [, pois] to tirando onda de Camaro amarelo”. O amarelo remete ao anseio ancestral do homem pela riqueza, pelo ouro.A letra retrata a transformação vivenciada por um indivíduo que era pobre, mas que depois de receber uma herança do pai falecido, adentrou nos portões do consumismo desenfreado, obtendo o que Lipovetsky chama de consumo experencial:

> a época da abundância é inseparável de um alargamentoindefinido da esfera das satisfações desejadas e de umaincapacidade de eliminar os apetites de consumo, sendo todasaturação de uma necessidade acompanhada imediatamente pornovas procuras(LIPOVETSKY, 2006, p.38).

Valorações, categorizações, classificações, partilhadas pelo grupo, enfim, representações se evidenciam aí. Este consumo infindável, também pode ser observado pela ótica de Pierre Bourdieu, quando menciona a briga de capitais num campo de produção, em que prevalesce um deles, e, ao que tudo indica, acontece aí supremacia do capital econômico. Em tempos idos, outros automóveis simbolizaram o poder de compra e sucesso amoroso no Brasil: no ano de 1963 o cantor Roberto Carlos lançou a música *O Calhambeque*, em que fez uso da exploração das sílabas e da melodia simples para ajudar na memorização:

*Mandei meu Cadillac*
*Pr’o mecânico outro dia*
*Pois há muito tempo*
*Um conserto ele pedia*
*E como vou viver*
*Sem um carango prá correr*
*Meu Cadillac, bi-bi*

*Quero consertar meu Cadillac*
***Bi Bidhu! Bidhubidhu Bidubi!…***

Na década de 80 a música *Fuscão Preto* de Atílio Versutti e Jeca Mineiro foi interpretada por Almir Rogério e se tornou um marco na história da música sertaneja. Foi a primeira vez que uma música ligada a esse gênero entrou na parada de sucesso das rádios e concorreu com outros gêneros musicais[117].

*Me disseram que ela foi vista com outro*
*Num fuscão preto pela cidade a rodar*
*Bem vestida igual à dama da noite*
*Cheirando a álcool e fumando sem parar*

*Meu Deus do céu, diga que isso é mentira*
*Se for verdade esclareça por favor*
*Daí a pouco eu mesmo vi o fuscão*
*E os dois juntos se desmanchando de amor*
*Fuscão preto você é feito de aço*
*Fez o meu peito em pedaço*
*E também aprendeu matar*

Ao contrário do *Camaro Amarelo*, a cor retratada é o preto, simbolizando o luto pela perda amorosa. As letras nesta época tratavam de temas sombrios, fazendo um contraste gritante com os temas abordados no sertanejo universitário. As letras do sertanejo universitário, se comparadas ao sertanejo tradicional são otimistas e transformam o homem em um galã rural vitorioso, vivendo em um ambiente urbanizado (SENA; GOMES, 2013).

Ao largo da constatação que a melodia e a harmonia se repetem, observou-se um bombardeamento visual neste clip, ensejando a já citada hipertrofia das imagens[118], e mostrando a integração entre a produção, criação e recepção do produto midiático. Grande quantidade de informação visual e auditiva pode conduzir à hipertrofia do consumo,

[117] https://6comunica.wordpress.com/2013/02/25/camaro-amarelo/. Acesso em 02/04/2016.
[118] A hipertrofia das imagens seria a produção e exibição desenfreada de imagens com a mercantilização atrelada ao seu significado, ocasionando uma devoração das imagens pelos seres humanos, na qual não se consomem mais coisas, mas seus atributos imagéticos (marcas, modas, grifes, tendências, adjetivos, figuras, ídolos, símbolos, logomarcas. (GROGER, 2011)

resultando em uma recepção com capacidade crítica inversamente proporcional à oferta de imagens possíveis. Interessante diálogo com Debord e sua mediatização por imagens, já que Baitello diz que quanto mais imagens

> mais aumenta a avidez por imagens. Quanto mais aumenta a avidez, menos seletiva e menos crítica se tornam a sua recepção e a sua oferta. Quanto menos seletiva e menos crítica sua recepção, tanto menos vínculos e relações, tanto menos fios e elos, tanto menos horizontes e expectativas, tanto menos consideração por tudo que está ao lado, tanto menos ética, tanto menos história (BAITELLO, 2000, p.6)

Hoje o sertanejo *pop*, também denominado de sertanejo universitário ou arrocha, se apóia em esquemas de criação, produção e circulação de grandes gravadoras, utilizando-se de tecnologias contemporâneas cibernéticas para facilitar a recepção da obra musical em qualquer parte do mundo que o receptor interessado esteja. Com a utilização de perfis pré-definidos (PARISER, 2012) o portal *Youtube* se adequa facilmente a esses paradigmas de divulgação midiática, fornecendo possibilidades para cada receptor de acordo com seus gostos estéticos pré-definidos pelo portal.

### 3.1.2 - A música mais acessada no ano de 2013*no Youtube Rewind Brasil*

Anitta com sua música *Show das Poderosas* foi a mais acessada no youtube brasileiro em 2013 com 116.279.468 exibições.[119]

**Tabela 18- Resultados do acesso ao Youtube Rewind Brasileiro – ano 2013**

| Posição | Música | Intérprete | Nº acessos |
|---|---|---|---|
| **1.** | **Show Das Poderosas** | **Anitta** | **98.070.164** |
| 2. | Passinho Do Volante (Ah Lelek Lek Lek) | Mc Federado | 42.243.266 |
| 3. | Na Pista Eu Arraso | Mc Guime | 49.578.197 |
| 4. | O Bonde Passou | Mc Gui | 45.107.280 |
| 5. | Gentleman | Psy | 805.252.737 |
| 6. | Te Esperando | Luan Santana | 47.086.193 |
| 7. | Logo Eu | Jorge E Mateus | 1.546.921 |
| 8. | Heart Attack | Demi Lovato | 292.529.466 |
| 9. | Mais Amor Menos Recalque | Mc Daleste | 359.467 |
| 10. | Diz Pra Mim | Gusttavo Lima | 49.260.347 |
| | **Totalização de acessos** | | **1.431.034.038** |

**Fonte:https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy8FAz3OUQln9CTWKq5lCs5i. Acesso em 06/03/2015.**

[119] https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg. Acesso em 24/03/2016.

**Figura 20 - Print vídeo Show das Poderosas no *Youtube Rewind Brasil***

**Fonte:https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg&index=1&list=PLoeZWzNXxmy8FAz3OUQln9CTWKq5lCs5i**

- **A foto**

A foto evidencia a exploração da sensualidade pela cantora. As roupas curtas e muito justas, gestos, movimentos e coreografias sensuais revelam o seu investimento nesse sentido, o que já pode ser conferido na Figura 21- Cantora Anitta – o perfil da cantora: roupas curtas e insinuantes

**Figura 21- Cantora Anitta – o perfil da cantora: roupas curtas e insinuantes**

**Fonte:https://www.google.com.br/search?q=anitta+imagens&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgloXwyaDMAhVFl5AKHVSvABIQ_AUIBygB&biw=1284&bih=734&dpr=0.9#imgdii=vurbGZZKIB3SpM%3A%3BvurbGZZKIB3SpM%3A%3B2-C_ajs8lDjKjM%3A&imgrc=vurbGZZKIB3SpM%3A. Acesso em 21 abril 2016**

- **O Gênero**

A música *show das Poderosas* é considerada *funk* carioca. O pesquisador Hermano Vianna explicita que "os primeiros bailes (funk) foram realizados na Zona Sul, no Canecão, aos domingos, no começo dos anos 70"(VIANNA, 1987, p.50). Não apresentavam os elementos contemporâneos, já que as músicas possuíam influência direta do *funk* norte-americano e os bailes eram feitos com músicos tocando ao vivo, além de *hits* de bandas americanas. Depois da época em que os bailes foram realizados no *Canecão*, estes foram deslocados para a periferia, em pontos distintos do Rio de Janeiro. A produção fonográfica lançada como *soul* brasileiro foi um fracasso de vendas:

> A maioria dos discos lançados como *soul* brasileiro foram fracassos de venda. A sonoridade dos arranjos nacionais (com exceção de Tim Maia) não agradaram aos dançarinos cariocas. As gravadoras foram pouco a pouco deixando o *Black* Rio de lado, argumentando que, se existe um bom público de *funk* no Brasil, ele não tem "poder aquisitivo" suficiente para comprar disco (ibidem,p.61)

O arremate final foi a chegada do movimento disco:

> As equipes menores se debatiam com a indefinição do *funk*, em transição para o reinado "disco". Quando os filmes de John Travolta e a febre da discoteca chegaram ao Brasil, a maioria das equipes aderiu ao novo ritmo, para desespero dos fãs do *soul*. Esse foi um momento raro: a Zona Sul e a Zona Norte estavam dançando as mesmas músicas (ibidem, p.62)

A partir de 1985 a indumentária, danças e o distanciamento com a cultura *black* foi institucionalizado nos bailes: marcou o surgimento dos bailes *funks* cariocas. Estes possuem estreita ligação com o movimento *hip hop*[120], fornecendo assim as características hoje presentes neste gênero musical que é consumido em todo país, depois de atravessar as fronteiras do estado do Rio de Janeiro. Nos anos 90 foram inseridos os temas sexuais e a linguagem eletrônica (uso de computadores para se fazer as bases – harmonias simples sintetizadas). Os bailes passaram a ser conhecidos como "pancadão". A produção musical passou a ser feita e consumida por moradores de favela, evidenciando o uso precário de tecnologia musical e o processo de criação, produção e circulação era feito de maneira praticamente artesanal. A diferenciação entre o *funk* carioca e o *rap* ficou evidenciada nesta intervenção feita por Félix (2005):

---

[120]O movimento *hip-hop* se caracteriza por intervenções artísticas na música (*rap*), dança (*break*) e artes visuais (grafite) (FELIX, 2005, p.62).

> Na cidade do Rio de Janeiro ocorreu uma total separação entre*funk* e *rap*. O primeiro passou a ter a função de animar os bailes *funk* cariocas, com letras de músicas, com raríssimas exceções, jocosas, misóginas, cômicas e muitas vezes com duplos sentidos. Essascaracterísticas lhe garantiram a conquista de um espaço mais amplo neste locus de lazer carioca, onde surgiram os maiores cantores do *funk* nacional contemporâneo, entre eles: "Claudinho e Bochecha", "Bonde do Tigrão", "Tati Quebra Barraco(FELIX, 2005, p.123)

- **Os processos de criação, produção, recepção e circulação**

Referente à canção *Show das Poderosas*, a criação da obra foi comentada pela própria autora como tendo correlação estreita com uma produção midiática que estivesse de acordo com os ditames do mercado:

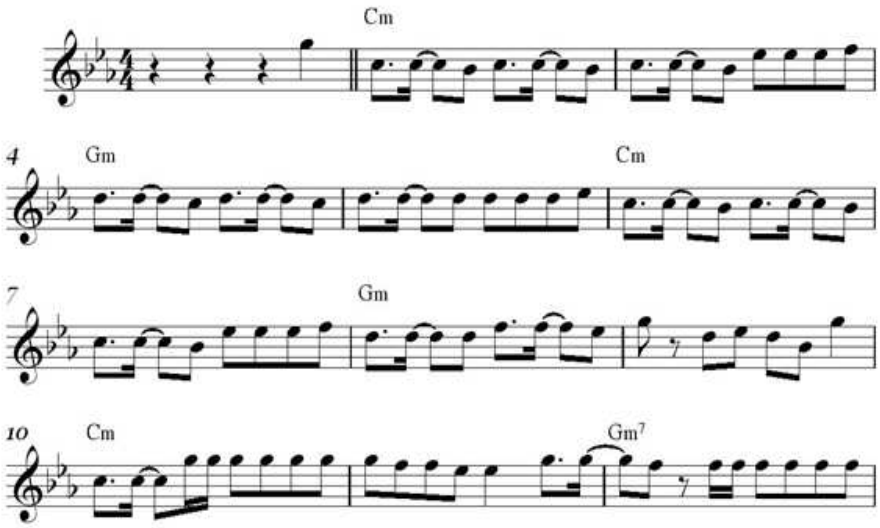
> A composição, idealização, roteiro do clipe, coreografia, produção musical, cada detalhe pensado por mim com a ajuda de pessoas, amigos e profissionais incríveis no intuito de criar algo inovador, que fizesse minha identidade se desenhar na cabeça das pessoas. As milhares de reproduções do vídeo na internet, o ideal da mulher 'poderosa' se tornando frequente na rotina das pessoas, os figurinos recriados pelo público, a expansão da música por centenas de países diferentes, os prêmios, as execuções e o mais importante, a continuação de um trabalho estável depois de um sucesso[121]

A tonalidade da música é Dó Menor (Cm). Possui duas estrofes com a mesma melodia e refrão marcante. Este, na tonalidade de Lá Bemol (Ab), serve ao propósito de música comercial. O tema é de fácil memorização e reprodução por não músicos, que se constituem no público consumidor midiático contemporâneo mais numeroso.A melodia e a harmonia são repetitivas (SCHOENBERG, 2015) e a melodia, implicada também com um tom meio recitativo e voz “aveludada”, se encontra na tessitura grave da voz feminina, o que não impede o ato de cantar e de executar a conhecida coreografia associada a esta música. A repetição melódica facilita a memorização e pode ser acompanhada na Figura 22– Harmonia e melodia básica da música *Show das Poderosas*interpretada por Anitta O ritmo da melodia é centrado na figura de colcheias, o que facilita o recitativo conjugado com a dança.A coreografia muito sensual, com movimentos insinuantes do corpo e das mãos deslizando pelo corpo, é efetivada em diferentes momentos pela cantora sozinha, pela cantora mais duas outras pessoas e pela cantora junto ao grupo integrado por dançarinas e dançarinos. Em alguns momentos um tom incisivo acontece relacionado tanto

[121]http://www.purepeople.com.br/noticia/anitta-marca-carreira-com-show-das-poderosas-confira-a-evolucao-da-antora_a50942/1. Acesso em 04/04/2016.

à música quanto à coreografia, indicando o poder daquela voz e gestos de cativar totalmente o receptor. A roupa utilizada é mínima, muito curta, barriga de fora, muitas vezes acrescida de ligas sensuais. O vídeo está em preto e branco, predominando a cor escura com focos de luz ao fundo, o que reafirma gestos, movimentos e intenções. Interessante que o vídeo começa com a cantora e outra pessoa se maquiando e quando ouvem a batida na porta um sorriso insinuante acompanha o gesto de "vamos lá". Depois da saída das mulheres a porta é fechada por um auxiliar de terno, com um sorriso também maroto. Essas imagens compõem o vídeo. Representações se objetivam, portanto, evidenciando intenções, valorações, elementos capazes de provocar o *sensorium* da massa, e que também aparecem na mensagem da letra da música.

**Figura 22– Harmonia e melodia básica da música *Show das Poderosas*interpretada por Anitta**




**Fonte: Edição do pesquisador**

- **A letra da música**

*Prepara, que agora é a hora*
*Do show das poderosas*
*Que descem e rebolam*
*Afrontam as fogosas*
*Só as que incomodam*
*Expulsam as invejosas*
*Que ficam de cara quando toca*
*Prepara*

*Se não tá mais à vontade, sai por onde entrei*
*Quando começo a dançar, eu te enlouqueço, eu sei*
*Meu exército é pesado, e a gente tem poder*
*Ameaça coisas do tipo: Você!*
*Vai!*
*Solta o som, que é pra me ver dançando*
*Até você vai ficar babando*
*Para o baile pra me ver dançando*
*Chama atenção à toa*
*Perde a linha, fica louca*
*Solta o som, que é pra me ver dançando*
*Até você vai ficar babando*
*Para o baile pra me ver dançando*
*Chama atenção à toa*
*Perde a linha, fica louca*

*Se não tá mais à vontade, sai por onde entrei*
*Quando começo a dançar, eu te enlouqueço, eu sei*
*Meu exército é pesado, e a gente tem poder*
*Ameaça coisas do tipo: Você!*
*Vai!*

A circulação desta obra foi baseada em um grande aparato de divulgação midiático profissional, com *clip* e condições tecnológicas de gravação musical de nível internacional (tal como planejado na criação e produção já explicitada pela cantora). A música se ligou imediatamente a uma concepção de mulher bem sucedida sexualmente, com reflexos no seu bem-estar psicológico e afirmação identitária individual. A coreografia desenvolvida no *clip* alcançou tal sucesso que até crianças a fazem, mimetizando comportamentos eróticos adultos, provocando a atenção de estudiosos para este fato (FELIPE; GUIZZO, 2003). Assim, a música mais acessada no *youtube* brasileiro em 2013, *o Show das Poderosas*, com mais de 116 milhões de exibições, evidencia dentre outros significados subjacentes, representações que remetem a um novo paradigma de relacionamento entre homem x mulher: feminismo em que a mulher não apenas quer participar da sociedade, mas sim, estar em pé de igualdade com o homem em todas as

situações. É um feminismo midiático[122]que coloca no centro da discussão as 'PODEROSAS', as 'INVEJOSAS' e os homens: "... essa imagem da mulher poderosa veiculada por Anitta, ao promover a ideia de guerra dos sexos, reforça uma concepção em que opoder é algo que deve se possuir, e para isso, necessariamente ser tirado de alguém, desconsiderando a complexidade de suas relações...."[123].

Esse poder atribuído à mulher "Poderosa" reflete processos identitários na contemporaneidade, portanto. Destaca-se aqui a afirmação do desenvolvimento de um prazer hedonista que busca a satisfação sensorial a qualquer preço. O importante seria se sentir 'alguém' no meio da despersonalização identitária provocada pela sociedade pós-moderna, calcada em simulacros da realidade(BAUDRILLARD, 1991);(BAUMAN, 2008).Toda obra carrega em si o objetivo do autor na transmissão de uma idéia ou uma provocação e, junto a isso, está a abertura interpretativa, a apreensão individual que cada indivíduo terá ao se deparar com uma ideia, e ainda o que cada indivíduo poderá provocar em outros ao repassarem seus pontos de vista (ECO, 1991).

### 3.1.3 - A música mais acessada no ano de 2014 *no Youtube Rewind Brasil*

O site *Youtube Rewind*[124] possibilitou constatar que a música *Mozão,* interpretada pelo cantor Lucas Lucco obteve 62.525.982 visualizações. O vídeo possui duração de 7 min e 35 seg.

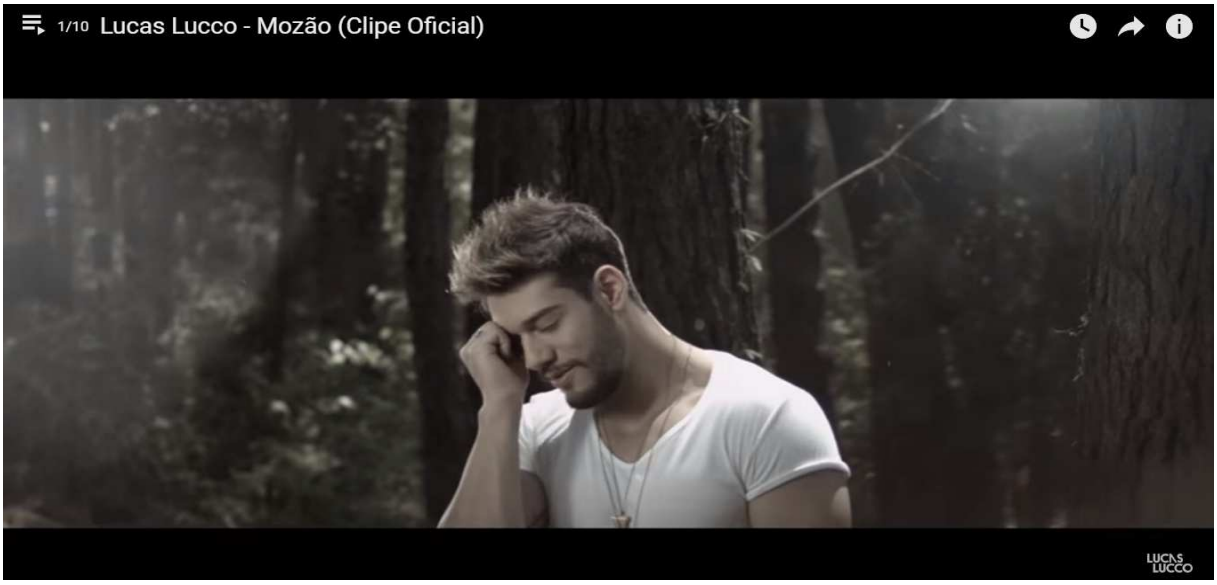
**Tabela 19 - Resultados do acesso ao *Youtube* Rewind Brasileiro – ano 2014**

| Posição | Música | Intérprete | Nº acessos |
|---|---|---|---|
| 1. | **Mozão** | **Lucas Lucco** | **59.927.643** |
| 2. | Dark Horse | Katy Perry | 849.355.436 |
| 3. | Domingo De Manhã | Marcos & Belutti | 62.740.694 |
| 4. | Wiggle | Jason Derulo | 849.355.436 |
| 5. | Até Você Voltar | Henrique E Juliano | 65.557.218 |
| 6. | Sambalelê | Galinha Pintadinha | 47.630.899 |
| 7. | Lepo Lepo | Psirico | 36.648.619 |
| 8. | Cobertor | Anitta | 40.706.727 |
| 9. | We Are One | Olodum Mix | 349.335.603 |
| 10. | La La La | Shakira | 469.935.992 |
| | **Totalização de acessos** | | **2.831.194.267** |

**Fonte: https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy_7W0VNmtX4Lc6uVO4P0lRL. Acesso em 05/03/2015.**

[122]http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/o_show_das_poderosas_anitta_e_a_performance_do_sucesso_feminino.pdf. Acesso em 15/01/2015.
[123]Idem.
[124]https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy_7W0VNmtX4LL.
Acesso em 05/04/2015.

**Figura 23- Print vídeo Mozão no *Youtube Rewind Brasil***




**Fonte:https://www.youtube.com/watch?v=CMot9oCm8rY&index=1&list=PLoeZWzNXxmy_7W0VNmtX4Lc6uVO4P0lRL. Acesso em 27/04/2016.**

- **A foto**

**A foto revela a exploração do visual pelo cantor. Perfil jovem e musculoso, muita tatuagem nos braços, cabelos repicados e mais altos na frente. As roupas geralmente são jovens e despojadas, camisas sem mangas ou camisetas incrementadas, como indicado na**

Figura 24 - Cantor Lucas Lucco – o perfil do cantor sertanejo universitário: cabelo, tatuagens, perfil musculoso. Representações se apresentam, portanto, evidencando a ligação do cantor com o seu grupo – é um cantor de música sertaneja universitária.

**Figura 24 - Cantor Lucas Lucco – o perfil do cantor sertanejo universitário: cabelo, tatuagens, perfil musculoso**

**Fonte:http://www.diariodaregiao.com.br/cultura/lucas-lucco-%C3%A9-a-novidade-no-elenco-de-malha%C3%A7%C3%A3o-1.358229. Acesso em 27/04/2016.**

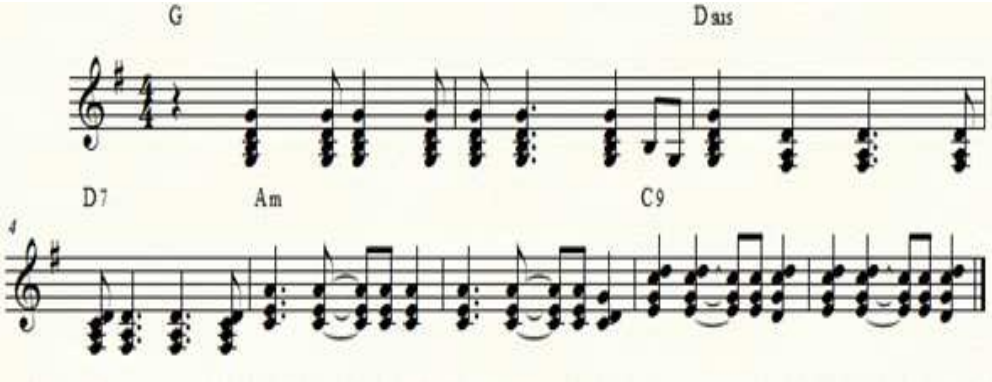
- **O Gênero musical**

O gênero é Sertanejo universitário, que já foi mencionado nesse trabalho.

- **Os processos de criação, produção, recepção e circulação**

A análise da partitura desta música[125]revela que o seu andamento é 120 bpm e a tonalidade Sol Maior. A harmonização repete a sequência ( //: G/ G/ Dsus/ D7/ Am/ Am/ C9/ C9://) até o fim da música, com melodia em tessitura confortável para homens e mulheres, evidenciando uma simplificação, conforme pode ser observado na Figura 25- Harmonia básica da música *Mozão* composta e interpretada por Lucas Lucco. Este aspecto é importante, pois pôde ser detectado através do acesso (vide o público feminino inscrito no f*acebook*[126] e *Youtube* oficial[127] de Lucas Lucco), que o público feminino do cantor é enorme.

**Figura 25- Harmonia básica da música *Mozão* composta e interpretada por Lucas Lucco**




**Fonte: Edição do pesquisador**

A música lembra canções *pops* internacionais, pois apresenta sonoridade *soft*, violões e teclados com timbres “adocicados”. A melodia é repetitiva, em consonância com a harmonia simplificada, com objetivo de atingir grande parcela do público adolescente e adulto jovem. O elemento sertanejo remanescente nesta música é a inclusão discreta da sanfona em alguns contracantos. O instrumento com maior destaque é o teclado, reforçando a estrutura de música *pop* brasileira com elementos timbrísticos norte-americanos. A observação das outras músicas mais acessadas no ano de 2014, confirma a suposição da supremacia de canções *pop* nos acessos do *Youtube* nesse ano.Como a letra

[125]http://www.cifraclub.com.br/lucas-lucco/mozao/partituras/. Acesso em 05/04/2015.
[126]https://www.facebook.com/lucasslucco?fref=ts. Acesso em 05/04/2015.
[127]https://www.youtube.com/channel/UCBy6yIwHdhEEYG_nwHD-tiQ. Acesso em 06/04/2015

retrata o cotidiano romântico de um casal e o enfrentamento de um câncer de mama da namorada, o vídeo dá destaque para depoimentos de pacientes reais. Imagens de consultórios médicos, operações, tratamento do câncer, alternam com as imagens do cantor tendo ao fundo uma área verde com a luz do sol muito forte perpassando a vegetação, o que evidencia esperança. Há um investimento no jogo forte de imagem nesse detalhe e um apelo acentuado ao sensível nas outras imagens que se alternam com ela. A extrema simplificação formal da música, a possibilidade de ser cantada também por mulheres, o tema e a maneira como é explorado no vídeo,os investimentos virtuais de divulgação da música, evidenciam que houve um "escritório de produção" por trás, que todo um *marketing* direcionou a produção e circulação do trabalho do cantor. O próprio Lucas Lucco declarou em entrevista:

*Eu compus essa música através da imaginação e só depois comecei a pensar nesse roteiro para o clipe. Fiquei muito feliz com a repercussão e recebi várias e várias mensagens de pessoas que passam ou já passaram por situação parecida com essa que retratei. Isso para mim foi o meu maior presente*[128].

Esta sua declaração deixa claro que não vivenciou a doença na família ou amigos, direcionando a investigação para uma encomenda feita por escritório de produção, com resultados calculados em seus mínimos detalhes. Isto é reforçado pela declaração:

*"A minha ideia inicial foi fazer um clipe colocando o câncer, seja ele qual for, como tema. Com o desdobrar das ideias e pesquisas, preferi falar sobre o câncer de mama, já que eu tenho um público feminino muito grande"*[129].

Percebe-se que a criação e a produção estão intimamente ligadas nesta obra musical, fato este que não difere de nenhuma outra música campeã de acesso no *Youtube Rewind Brasil*. O artista enquanto criador, de um lado, se expressa dentro dos ditames que a Indústria Cultural impõe, já planejando o sucesso que o desenvolvimento das idéias de criação possasurtir no público alvo; de outro lado, cumpre bem esse projeto, lidando com o jogo de imagens, com a maneira certa de explorar o sensível, buscando as imagens que

---

[128]http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/2014-02-12/lucas-lucco-faz-sucesso-com-a-musica-mozao-e-clipe-que-trata-de-cancer-de-mama.html. Acesso em 26/03/2016.
[129]http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/2014-02-12/lucas-lucco-faz-sucesso-com-a-musica-mozao-e-clipe-que-trata-de-cancer-de-mama.html. Acesso em 26/03/2016.

provocam a experiência da massa. Isso, inclusive, nos cortes e mudanças rápidos de cena, que completam fornecendo o movimento necessário para a identificação.

- **A letra da música**

A letra, como já observado, retrata o cotidiano romântico de um casal, até a descoberta de um câncer de mama pela namorada, o posterior tratamento e a superação da doença, o que é explorado ao máximo na interpretação e produção do vídeo. Do mesmo modo há a exploração da sensibilidade da massa, do novo *sensorium* inaugurado por ela, segundo Benjamin (2009), a busca da aproximação do seu cotidiano e de suas experiências de vida, sugerindo imagens de luta, perseverança, domínio e superação da situação.

*Oh mozão, cheguei a conclusão*
*Já faz tempo que a gente fica*
*Quase um namoro, sei lá, a gente enrola*
*Eu sinto falta de você quando não está aqui*

*Sei lá, dá vontade de te amarrar*
*Colar em você e te prender a mim*
*Vontade de casar, ter filhos pra gente cuidar*
*Pra sempre namorar*

*Eu sei to viajando*

*Tô novo, mas o que custa sonhar?*
*Se o tempo não para de passar*
*E nunca vai parar*

*Num piscar de olhos, tá passando mais de um mês*
*A gente fica velho e o que a gente fez?*
*Não deixe o nosso plano acabar*
*Esteja aqui amanhã quando eu acordar*

*Momôzin vamos fazer assim*
*eu cuido de você, você cuida de mim*
*Não desisto de você e nem você de mim*
*Vamos até o fim*

*Momôzin vamos fazer assim*
*eu cuido de você, você cuida de mim*
*Não desisto de você e nem você de mim*
*Vamos até o fim, dá a mão pra mim*

### 3.1.4 - A música mais acessada no ano de 2015*no Youtube Rewind Brasil*

O vídeo mais acessado em 2015 no *Youtube Rewind* Brasil foi *Escreve Aí* do cantor Luan Santana. O vídeoclip possui duração de 4.12min e no momento do acesso pelo pesquisador[130] contava com 110.231.642 visualizações.

**Tabela 20 - Resultados do acesso ao *Youtube* Rewind Brasileiro – ano 2015**

| Posição | Música | Intérprete | Nº acessos |
|---|---|---|---|
| 1. | **Escreve Aí** | **Luan Santana** | **100.366.472** |
| 2. | Aquele 1% | Marcos e Belluti part. Wesley Safadão | 121.825.762[131] |
| 3. | See You Again | Wiz Khalifa | 1.364.839.344 |
| 4. | Os Anjos Cantam | Jorge & Mateus | 78.866.531 |
| 5. | Sugar | Maroon 5 | 999.000.682 |
| 6. | Love Me Like You Do | Ellie Goulding | 922.771.173 |
| 7. | Bang | Anitta | 103.387.429 |
| 8. | Lean On | Major Lazer | 1.045.972.207 |
| 9. | Worth It | Fifth Harmony | 582.217.671 |
| 10. | Camarote | Wesley Safadão | 67.578.390 |
| | | **Totalização de acessos** | **5.386.825.661** |

**Fonte: https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy8rv8SSC38uW3Eyui1t5QjY.Acesso em 19 janeiro 2015**

**Figura 26 - Print vídeo *Escreve Aí* no *Youtube Rewind Brasil***

**Fonte:https://www.*youtube*.com/watch?v=ysZP--fcgnc&index=1&list=PLoeZWzNXxmy8rv8SSC38uW3Eyui1t5QjY. Acesso em 27/04/2016.**

- **A foto**

[130]https://www.youtube.com/watch?v=ysP--fcgnc. Acesso em 21/03/2016.
[131]Este resultado demonstra que a totalização do *Youtube* não é absoluta, pois depende da época em que foi feito, região, evidenciando uma fluidez imanente aos resultados.

A foto do cantor mais uma vez possibilita a evidência das representações divididas pelo grupo no referente ao cuidado com a criação de uma aparência, conforme pode ser observado na Figura 27 - Cantor Luan Santana – o perfil do cantor sertanejo universitário: cabelo, perfil jovem e musculoso, roupas modernas. O cabelo alto na parte superior, com fixador, o cultivo de um perfil saudável, musculoso, roupas modernas, jovens e bem urbanas, correntes no pescoço.

**Figura 27 - Cantor Luan Santana – o perfil do cantor sertanejo universitário: cabelo, perfil jovem e musculoso, roupas modernas.**

**Fonte: http://revista.cifras.com.br/noticia/luan-santana-diz-que-pesquisava-proprio-nome-no-google-para-saber-se-o-chamavam-de-gay_10779. Acesso em 27/04/2016.**

- **O Gênero musical**

O gênero é Sertanejo universitário, que já foi mencionado nesse trabalho.

- **Os processos de criação, produção, recepção e circulação**

O cantor utilizou recursos de produção de última geração, aproximando seu vídeo de produções com qualidade internacional, com luz, figurino e edição de imagens planejadas meticulosamente para provocar impacto no público alvo. Essa é uma suposição que se confirma com o público cantando junto com o cantor a letra da música, antes mesmo do lançamento oficial do vídeo. Alguns fãsforam convidados para a gravação do DVD,tiveram acesso à música, decoraram a letra e puderam contribuir com a performance do artista. Esta manobra de produção e recepção provocou resultados favoráveis para o cantor na gravação do DVD, demonstrando que público e artista fazem parte de uma só perfomance, fornecendo a ilusão que estão no mesmo patamar. A multidão de solitários, enfatizada por Bauman (2009) exemplifica nesta performance vocal “em conjunto” onde

> os ídolos servem para atestar a experiência comum de fluidez e instabilidade naautoconstrução da vida individual. Eles possibilitam aos seus fãs e admiradores a vivência do sonho de fazer parte quando na verdade estão todos solitários. Na comunidade estética, a experiência de união é sentida como real sem que os laços necessários à permanência da comunidade sejam de fato estabelecidos (FRAGOSO, 2013, p.121).

A aposta em um público padronizado, e exposto em seus mais íntimos desejos vem da manipulação do processo de circulação: o artista disponibilizou na íntegra o conteúdo do DVD no *Youtube* antes do lançamento oficial nas lojas físicas[132]. A diretora do *Youtube* Sandra Jimenez comentou que "[...] O Luan, por exemplo, teve a iniciativa de colocar seu último DVD com exclusividade no *Youtube* antes de disponibilizar o material nas lojas, uma atitude que gerou resultados incríveis [...]"[133]. Esta manobra de *marketing* alavancou as vendas do DVD, comprovando a robustez da plataforma *Youtube* como elemento fundamental no processo de circulação para artistas com produtos musicais estandartizados. Este processo de circulação midiática enseja discussões acerca do Direito Autoral no Brasil[134]e a pirataria de produtos protegidos pela *Lei de Direito Autoral*, já que a disponibilização do DVD de Luan Santana na íntegra no *Youtube*, antes das lojas físicas, aponta para uma mudança de paradigma quanto ao processo de circulação de produtos midiáticos na contemporaneidade.

O vídeo se inicia com o cantor sentado em um banco, com luz direcionada em cima de sua figura. Contrastando com o material *high-tech*[135] utilizado na produção, a música começa com a utilização de um *sequencer*[136]com o som de uma vitrola antiga. Em seguida a banda do cantor continua o acompanhamento instrumental com um arranjo baseado nas *big bands* "adocicadas" da década de 50, promovendo um processo de hibridismo cultural (CANCLINI, 1997). Lima; Júnior(2010), comentando sobre o já estudado movimento*manguebeat*[137], observa que ao contextualizar e traçar as relações entre os hibridismos musicais, os adventos tecnológicos e o *manguebeat*, pôde ser percebido que "este processo está diretamente vinculado à uma tendência atual de

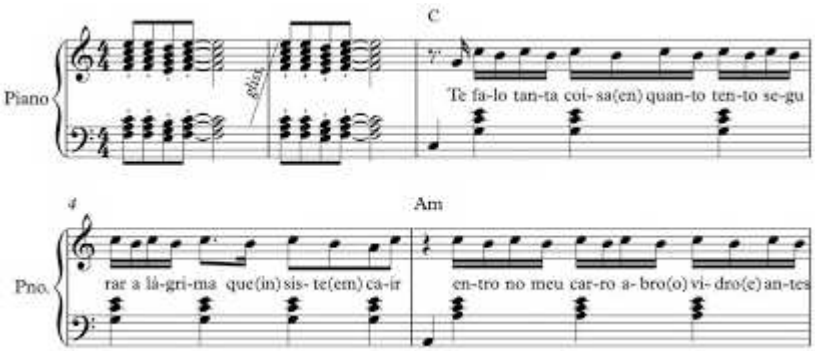
---

[132]http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/12/luan-santana-anitta-kefera-e-safadao-veja-o-top-10-do-youtube-de-2015.html. Acesso em 21/03/2016.
[133]http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/12/luan-santana-anitta-kefera-e-safadao-veja-o-top-10-do-youtube-de-2015.html. Acesso em 21/03/2016.
[134]http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm. Acesso em 21/03/2016.
[135]*High tech* é a abreviação do termo em inglês *high technology*, que tem como tradução alta tecnologia, e significa que é a mais avançada tecnologia disponível na atualidade naquele ramo do conhecimento.
[136] É um equipamento que permite a criação, gravação e reprodução de trechos musicais ao vivo, sincronizados com instrumentos executados em tempo real.
[137]Movimento manguebeat – movimento cultural surgido na década de 90 em Recife que mistura ritmos regionais, como o maracatu, com rock, hip hop, funk rock e música eletrônica.

concepção pós-moderna da arte" (ibidem, p.1) Nota-se que o gênero sertanejo universitário na contemporaneidade se apropriou de vários elementos do rock, da música *pop* e conceitos de produção e circulação que os artistas 'tradicionais'[138] do sertanejo não tiveram acesso. Essa imagem restrita do cantor sentado em um banco com luz direcionada sobre a sua figura, como se estivesse "confessando" a desilusão amorosa para a platéia, se alterna com sua imagem no grande palco ampliado com jogos e efeitos de luz, em que a troca de roupas aparece também como um jogo e efeito. Circunstância que lembra novamente Benjamin e suas reflexões sobre o novo *sensorium* e capacidade de percepção da massa, reafirmado por Bauman, quando lembra a identificação dessa massa com ídolos que dividem os problemas cotidianos com os seus receptores. Imagens, valorações, se evidenciam aí, portanto, fazendo circular representações.

A melodia,por sua vez, na tonalidade de Dó Maior e andamento lento, está estruturada em colcheias e semicolcheias, caracterizando-se quase como um recitativo com uma linha melódica extensa, conforme ilustrado pela Figura 28 – Início da partitura *Escreve Aí* interpretada por Luan Santana.

**Figura 28 – Início da partitura *Escreve Aí* interpretada por Luan Santana**




**Fonte: www.gilborges.com. Acesso em 27/04/2016.**

A tessitura favorece o canto para homens, mulheres e crianças, "democratizando" o produto musical para qualquer faixa etária e facilitando assim o seu consumo. A harmonia não evidencia repetições como nas músicas dos anos anteriores

[138] Como artistas tradicionais do sertanejo ou de raiz pode-se citar os primeiros músicos sertanejos que interagiram com a indústria fonográfica, como, por exemplo, *Trio Parada Dura*, *Tonico e Tinoco*, *Milionario e Jose Rico*, *Mato Grosso* e *Mathias*, dentre outros.

analisadas, aproximando-a de um arranjo orquestral cantado por um *crooner* (mesmo que a orquestra que toque na gravação seja pré-gravada e disparada por um *sequencer)*.

- **A letra da música**

*Te falo tanta coisa*
*Enquanto tento segurar a lágrima*
*Que insiste em cair*

*Entro no meu carro*
*Abro o vidro*
*E antes de ir embora eu te digo*
*"Olha aqui, ainda vou te esquecer... escreve aí"*

*Chego em casa*
*E dou de cara com sua foto*
*Uma ducha e um vinho pra acalmar*
*E eu penso "vou partir pra outra logo"*
*Mas quem é que eu tô tentando enganar?*
*Mas quem é que eu tô tentando enganar?*

*É só você fazer assim*
*Que eu volto*
*É só você fazer assim*
*Que eu volto*
*Que eu volto*

*É que eu te amo*
*E falo na sua cara*
*Se tirar você de mim*
*Não sobra nada*
*O teu sorriso me desmonta inteiro*
*Até num simples estalar de dedos*
*Talvez você tenha deixado eu ir*
*Pra ter o gosto de me ver aqui*

*Fraco demais para continuar*
*Juntando forças pra poder falar*

*Que eu volto é só*
*Você sorrir*
*Que eu volto é só*
*Fazer assim*

*Que eu volto*
*Que eu volto*
*Que eu volto*

*Chego em casa*
*E dou de cara com sua foto*
*Uma ducha e um vinho pra acalmar*
*E eu penso "vou partir pra outra logo"*
*Mas quem é que eu tô tentando enganar?*
*Mas quem é que eu tô tentando enganar?*

*É só você fazer assim*
*Que eu volto*
*É só você fazer assim*
*Que eu volto*
*Que eu volto*
*É que eu te amo*
*E falo na sua cara*
*Se tirar você de mim*
*Não sobra nada*
*O teu sorriso me desmonta inteiro*
*Até num simples estalar de dedos*
*Talvez você tenha deixado eu ir*
*Pra ter o gosto de me ver aqui*
*Fraco demais para continuar*
*Juntando forças pra poder falar*

A longa letra aborda uma desilusão amorosa, tema recorrente para este gênero musical. O eu lírico exposto poderia ser aproveitado em uma canção de *rock pop*, balada, bolero, mas as conexões entre as redes de significações trazidas pelo cantor remetemao gênero sertanejo romântico, sugerindo uma representação identitária híbrida (HALL, 2005a).Em entrevista disponível na internet[139] o processo de produção da obra foi comentado pelocompositor Bruno Caliman, um *hitmaker*: "Eu passei uma tarde escrevendo. Quando terminei, coloquei o violão na cama e recebi uma chamada do Luan. Mandei para ele, e ele adorou". O processo total de produção da música levou cinco meses e demonstra uma obra feita para alcançar o sucesso, indo ao encontro de alguns dos sentimentos mais básicos do ser humano: a desilusão amorosa e a solidão. A letra comenta sobre um desencontro amoroso vivido por duas pessoas, e sintetiza, com um estalar de dedos (gesto), a facilidade de se reviver este encontro amoroso:

*"É que eu te amo e falo na sua cara/Se tirar você de mim não sobra nada/O teu sorriso me desmonta inteiro/Até um simples estalar de dedos/Talvez você tenha deixado eu ir/Pra ter o gosto de me ver aqui/Fraco demais para continuar/Juntando forças para poder falar/Que eu volto é só você sorrir/Que eu volto é só fazer assim/Que eu volto".*

Todo o processo de produção desta música está descrito em um mini-documentário intitulado "*Escreve aí* – A História De Um Sucesso"[140], dividido em três partes. Percebe-se aqui que este registro serve como mais um produto de divulgação midiática do cantor, pois o registro de 'como' fazer um produto comercial se transforma em 'coisificação' da obra, fazendo deste produto um 'espetáculo' (DEBORD, 2003) que ajuda na circulação da obra em questão. As imagens daí geradas ajudam na mediação entre público e artista. Por outro lado, o figurino usado pelo cantor no clipe, seu corte de cabelo e a formação instrumental usada pela banda foi incorporado também de *shows* de rock internacional, agregando um valor 'urbano' para uma música que era considerada de origens rurais. Pode-se dizer que a transmissão cultural do gênero sertanejo, neste caso, é o chamado capital cultural herdado (COSTA, 2013);(BOURDIEU, 1989) transmitido dos pais aos filhos, ligado à região geográfica e interações sociais construídas pelo agente social que consome este gênero musical. Obviamente esta transmissão de capital cultural

[139]http://www.portalsucesso.com.br/noticias/luan-santana-conta-historia-de-escreve-ai. Acesso em 22/04/2016.
[140]https://www.youtube.com/watch?v=SvWW8lymA7o. Acesso em 22/04/2016.

sofre interferências de variáveis presentes na contemporaneidade, tais como a globalização, a comunicação instantânea. Trata-se, assim,de uma música de gênero sertanejo com elementos híbridos, preparada para se adequar às demandas da pós-modernidade e da vida urbana, aliadas às exigências do capitalismo, da aquisição rápida, descartável, e voltada às imagens sem aprofundamento no relacionamento humano, com incentivo crescente à exposição pessoal (BAUMAN, 2008).

### 3.2Tabela de análise das músicas mais acessadas no Youtube Rewind Brasil de 2012 a 2015

Depois da análise separada de cada obra, neste momento as músicas serão reunidas em um quadro que permitirá discutir, em conjunto, aspectos inerentes a todas as músicas selecionadas para esta investigação.

**Tabela 21–Tabela de análise das músicas mais acessadas no Youtube Rewind Brasil de 2012 a 2015**

| ANO | MÚSICA | GÊNERO | INTÉRPRETE | Nº ACESSOS |
|---|---|---|---|---|
| 2012 | **CAMARO AMARELO** | Sertanejo universitário | Munhoz e Mariano | 71.200.517 |
| 2013 | **SHOW DAS PODEROSAS** | Funk carioca | Anitta | 116.279.468 |
| 2014 | **MOZÃO** | Sertanejo universitário | Lucas Lucco | 62.525.982 |
| 2015 | **ESCREVE AÍ** | Sertanejo universitário | Luan Santana | 110.231.642 |
| **TOTALIZAÇÃO 360.237.609** | | | | |

**Fonte: edição do pesquisador**

Percebe-se que **mais de 360 milhões de acessos** foram feitos entre 2012 a 2015, número que demonstra a força midiática do *Youtube* como ferramenta de circulação de produtos midiáticos. O gênero mais ouvido nos quatro anos pesquisados foi o sertanejo universitário, com 3 anos de liderança (2012,2014 e 2015), enquanto o *funk* carioca liderou em um ano (2013). Esta ocorrência demonstra que o *Show das Poderosas* foi um *hit* impactante, capaz de quebrar a sucessão de músicas no gênero sertanejo universitário que vem sendo produzido em ritmo febril no Brasil. Observou-se que nestes quatro anos duas músicas foram de andamento rápido com incentivo à dança sensual (*Camaro Amarelo* e *Show das Poderosas*) e as duas restantes foram obras de caráter mais intimista, com características românticas (*Mozão* e *Escreve Aí*), elementos que propiciam a identificação da massa com a sua experiência cotidiana, que acontece através do artista e sua obra. Todas as músicas que apareceram nas tabelas elaboradas a partir dos dados fornecidos pelo *Youtube Rewind Brasil* no recorte de tempo em questão são populares, mesmo as

interpretadas em inglês, demonstrando que o gênero erudito está em baixa no site. Percebeu-se também que é um *ranking* ligado aos interesses comerciais da indústria musical contemporânea, dialogando com o conceito de novo imperialismo comentado por Harvey (HARVEY, 2005), sendo uma das possíveis respostas do porque só aparecerem músicas em inglês nestes resultados e de mais nenhuma outra língua.Por outro lado, verificou-se que todas as obras analisadas atenderam demandas mercadológicas que atingiram a sua criação, produção, circulação e recepção, visando atender de forma clara e direta a demanda do mercado consumidor. Seguem um padrão de produção musical e visual previamente determinado pela Indústria Cultural, o que não impede de se fazer outra leitura do processo, ligada às transformações que o gênero, que prevaleceu no *ranking* do *Youtube Rewind Brasil*, sofreu no cenário pós-moderno, uma leitura já sugerida na abordagem damúsica sertaneja universitária no item 3.1.1. Importante dizer que não se pensa aqui nesse gênero simplesmente a partir da oposição música caipira e música sertaneja, mas que se reflete com Brito (2009), que o gênero tem uma história que está se edificando desde todo o transcorrer do século XX e XXI a partir de uma dinâmica que faz conviver a tradição e o moderno, o campo e a cidade, música cantada pelo grupo nos seus rituais e música gravada na cidade, primeiras gravações e circunstâncias ligadas ao consumismo desenfreado do capitalismo e seus meios de circulação na cena contemporânea que caracteriza a pós-modernidade (internet – suas possibilidades e interferências). Isso sem falar nas interações e possibilidades realizadas por outro fenômeno histórico que tem ser colocado cada vez mais nas suas peculiaridades nesse cenário: a massa e o seu *sensorium*,também sujeito a uma dinâmica históricaeque hoje tem unido nos processos de recepção dessa música pessoas de diferentes dimensões culturais, idade, sexo, dentre outras peculiaridades, um fenômeno cujo aprofundamento foge dos objetivos desse trabalho e que merece ser abordado em outro momento. Brito, analisando o início dessa trajetória histórica do gênero, mas já apontando para a possibilidade da continuidade deincorporação de novos elementos na caminhada vindoura e na interação com novos elementos nos cenário sócio-historico e culturais com o qual o gênero viria a interagir, observou:

> A música sertaneja não se desfaz de todo da ‘música caipira’; ela a inclui: diversas características da música caipira interprenetram na música sertaneja, pois as transformações são introduzidas aos poucos nos elementos já integrantes do gênero oriundo da matriz cultural. A permanência desses elementos da matriz cultural – elementos residuais – na forma ouno conteúdo da canção, não tem significado único, porque tais elementos são fruto da experiência da época: estavam embebidos dos sentimentos e conflitos vivenciados pelos artistas, cuja maioria era migrante; muitas vezes, estavam também permeados e até cooptados

> pelos valores da cultura dominante, simbolizados aqui pelas novas regras da produção do mercado fonográfico e pelos ideais de moderniação do país. [...] No caso da música sertaneja, estamos diante não de um residual exclusivamente oposto ou alternativo ao dominante, mas de um gênero de produção musical que revela aspectos alternativos e opostos que conserva, em sua manifestação ativa do residual, larga medida de elementos incorporados. (BRITO, 2009, p.60).

Interessante lembrar que o processo de circulação envolvido com os quatro vídeos analisados e interpretados nessa pesquisa se relaciona também com o uso de ferramentas midiáticas contemporâneas. A sua circulação é planejada cuidadosamente, profissionais cuidam das várias mídias sociais destes artistas. Adriano e Munhoz utilizam youtube[141], instagram[142] e twitter[143]. Anitta, que tem seus canais de divulgação muito acessados, oferece várias opções para os receptores a acompanharem em tempo real: *instagram*[144], *youtube*[145], *twitter*[146] e site[147]. Lucas Lucco, também tem uma estrutura profissional mantida por assessoria de imprensa especializada, com um retorno de visualizações gigantesco. Tem a circulação de seus produtos musicais concentrada em mídias eletrônicas: instagram[148], twitter[149], youtube[150] e site oficial[151]. O processo de circulação de Luan Santana também está baseado no *instagram*[152], *youtube*[153], *site*[154] e *twitter*[155]. Sua estrutura de *social media*[156] é muito eficiente.

---

[141]https://www.youtube.com/user/MunhozeMariano2013. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso o portal contava com 320.707 inscritos.
[142]https://www.instagram.com/munhoz_mariano/. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso o instagram dos artistas contava com 309 seguidores.
[143]https://twitter.com/MeRendoAVcsMEM/following. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso o twitter dos artistas contava com 11,1 mil tweets.
[144]https://www.instagram.com/anitta/. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso a artista possuía 12,5 milhões de seguidores.
[145]https://www.youtube.com/user/AnittaOficial. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso a artista possuía 2.849.832 inscritos e 883.800.356 visualizações.
[146]https://twitter.com/Anitta. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso a artista possuía 2, 93 milhões de seguidores.
[147]http://anittaoficial.com/. Acesso em 22/04/2016.
[148]https://www.instagram.com/lucaslucco/. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso o artista possuía 9,1 milhões de seguidores.
[149]https://twitter.com/lucaslucco. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso o artista possuía 2,46 milhões de seguidores.
[150]https://www.youtube.com/user/lucasluccooficial. Acesso em 22/04/2016. No momento do acesso o artista possuía 2.256.562 inscritos e 625.406.021 visualizações.
[151]www.lucaslucco.com.br. Acesso em 22/04/2016.
[152]https://www.instagram.com/luansantana/. Acesso em 22/04/2016. O artista possuía 9,1 milhões de seguidores no momento do acesso pelo pesquisador.
[153]https://www.*youtube*.com/user/luansantanaoficial. Acesso em 22/04/2016. O artista tinha 2.430.595 inscritos e 907.677.143 visualizações no momento do acesso pelo pesquisador.
[154]http://www.luansantana.com.br/. Acesso em 22/04/2016.
[155]https://twitter.com/luansantana. Acesso em 22/04/2016. Possuía 6,77 milhões de seguidores.
[156]O *social media*deve cuidar da atualização de páginas oficiais de empresas e/ou artistas nas principais redes sociais, para garantir que o público consumidor esteja sempre recebendo novos conteúdos por meio destes

### 3.2.1 Tabela Geral de análise das músicas mais acessadas no Youtube Rewind Brasil de 2012 a 2015

Deixando agora o foco nos primeiros lugares e passando a observar um cômputo geral de todas as músicas mais acessadas de cada ano,a partir dos dados fornecidos pelo *Youtube Rewind Brasil*, fazendo agora um balanço geral, foi possível notar a predominância do sertanejo universitário em todos os anos, seguido de perto pelo gênero *funk* carioca. Observando o quadro com as 10 músicas mais acessadas de 2012, nota-se que existe predomínio do gênero sertanejo universitário com a ocorrência do 1º, 6º, 8º e 9º lugar no *ranking* do ano; o *funk* carioca aparece em destaque no 4º, 5º, 7º e 10º lugar.No 3º lugar tem-se uma música de inspiração religiosa cristã (*Para Nossa Alegria*) que se tornou um "meme"[157] humorístico. O 2º lugar não foi considerado, apesar da magnitude do seu número de acessos, por ser uma obra musical não brasileira, fugindo do escopo desta investigação.Nota-se que no ano de 2012 as músicas com andamento rápido foram hegemônicas nos resultados. A seguir apresento a tabela de 2012 especificando os dados anteriormente comentados.

**Tabela 22 – Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2012[158]**

| Posição | Música | Intérprete | Gênero | Nº acessos |
|---|---|---|---|---|
| 1. | *CAMARO AMARELO* | MUNHOZ & MARIANO | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 63.338.558 |
| 2. | *GANGNAMSTYLE* | PSY | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 2.268.148.445 |
| 3. | *PARA NOSSA ALEGRIA* | FAMÍLIA PARA NOSSA ALEGRIA | MÚSICA RELIGIOSA | 29.776.238 |
| 4. | *ONDE EU CHEGO PARO TUDO* | MC BOY DO CHARMES | FUNK CARIOCA | 29.470.007 |
| 5. | *PLAQUE DE 100* | MC GUIME | FUNK CARIOCA | 56.480.256 |
| 6. | *TE VIVO* | LUAN SANTANA | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 50.383.692 |
| 7. | *COMO É BOM SER VIDA LOKA* | MC RODOLFINHO | FUNK CARIOCA | 20.258.953 |
| 8. | *VOCÊ DE MIM NÃO SAI* | LUAN SANTANA | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 29.560.707 |
| 9. | *FIORINO* | GABRIEL GAVA | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 22.419.246 |
| 10. | *TOP DO MOMENTO* | MC DANADO | FUNK CARIOCA | 15.250.484 |
| TOTALIZAÇÃO DE ACESSOS | | | | 2.585.086.586 |

perfis. Fonte: https://www.iped.com.br/materias/comunicacao-marketing-e-vendas/social-media.html. Acesso em 22/04/2016.

[157]O termo **Meme** de Internet é usado para descrever um conceito de imagem, vídeo e/ou relacionados ao humor, que se espalha via Internet. O termo foi cunhado por Richard Dawkins no livro *O Gene Egoísta*.

[158] Como já observado, o portal *youtube* não possui, ao alcance do público, um contador exclusivo para os acessos do *youtube* brasileiro. Por essa razão notamos que a música colocada no 2º lugar, que é acessada no mundo todo, ao contrário da música com contagem líder, tem maior número de visualizações que o primeiro lugar do *ranking*.

**Fonte:https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy-rHFzP2096ULCGc76PsLgp. Acesso em 11/03/2015.**

O ano de 2013 teve a predominância do *funk* carioca no *ranking* do *Youtube Rewind Brasil*. O 1º lugar,*Show das Poderosas*, pertence a este gênero musical, assim como o 2º, 3º, 4º e 9º lugar. O sertanejo universitário apareceu em 7º e 10º lugar. Músicas *pop* internacionais (que fogem do objetivo deste trabalho) apareceram em 5º e 8º lugar. O ano de 2013, tal como aconteceu em 2012, mostrou o predomínio de músicas de andamento rápido, com grande inserção do *funk* carioca no *ranking*.

**Tabela 23 – Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2013**

| Posição | Música | Intérprete | Gênero | Nº acessos |
|---|---|---|---|---|
| 1. | *SHOW DAS PODEROSAS* | ANITTA | FUNK CARIOCA | 98.070.164 |
| 2. | *PASSINHO DO VOLANTE (AH LELEK LEK LEK)* | MC FEDERADO | FUNK CARIOCA | 42.243.266 |
| 3. | *NA PISTA EU ARRASO* | MC GUIME | FUNK CARIOCA | 49.578.197 |
| 4. | *O BONDE PASSOU* | MC GUI | FUNK CARIOCA | 45.107.280 |
| 5. | *GENTLEMAN* | PSY | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 805.252.737 |
| 6. | *TE ESPERANDO* | LUAN SANTANA | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 47.086.193 |
| 7. | *LOGO EU*[159] | JORGE E MATEUS | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 1.546.921 |
| 8. | *HEART ATTACK* | DEMI LOVATO | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 292.529.466 |
| 9. | *MAIS AMOR MENOS RECALQUE*[160] | MC DALESTE | FUNK CARIOCA | 359.467 |
| 10. | *DIZ PRA MIM* | GUSTTAVO LIMA | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 49.260.347 |
| TOTALIZAÇÃO DE ACESSOS | | | | 1.431.034.038 |

**FONTE: https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy8FAz3OUQln9CTWKq5lCs5i Acesso em 06/03/2015.**

O ano de 2014 já demonstrou novamente a preferência dos internautas no *Youtube Rewind Brasil* pelo sertanejo universitário, só que agora com andamento lento. A campeã de acessos foi *Mozão*. Todas as músicas deste gênero que foram as mais acessadas

[159]Vídeo removido da listagem oficial do *youtube* de 2013 por reinvindicação de direitos autorais pela Som Livre.
[160]Vídeo removido da listagem oficial do *youtube* de 2013 por violar política do *youtube* contra spam, golpes e conteúdo comercialmente enganoso.

esse ano têm andamento devagar e letras românticas (1º, 3º e o 5º lugar). O *funk* carioca apareceu em 7º e 8º lugar e uma música infantil em 6º lugar. Em 2º, 4º, 9º e 10º lugar apareceram músicas com letras em inglês, fora do interesse desta investigação.

**Tabela 24 – Resultado geral de acesso ao youtube brasileiro 2014**

| Posição | Música | Intérprete | Gênero | Nº acessos |
|---|---|---|---|---|
| 1. | *MOZÃO* | LUCAS LUCCO | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 59.927.643 |
| 2. | *DARK HORSE* | KATY PERRY | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 849.355.436 |
| 3. | *DOMINGO DE MANHÃ* | MARCOS & BELUTTI | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 62.740.694 |
| 4. | *WIGGLE* | JASON DERULO | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 849.355.436 |
| 5. | *ATÉ VOCÊ VOLTAR* | HENRIQUE E JULIANO | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 65.557.218 |
| 6. | *SAMBALELÊ* | GALINHA PINTADINHA | MÚSICA INFANTIL | 47.630.899 |
| 7. | *LEPO LEPO* | PSIRICO | FUNK CARIOCA | 36.648.619 |
| 8. | *COBERTOR* | ANITTA | FUNK CARIOCA | 40.706.727 |
| 9. | *WE ARE ONE* | OLODUM MIX | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 349.335.603 |
| 10. | *LA LA LA* | SHAKIRA | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 469.935.992 |
| TOTALIZAÇÃO DE ACESSOS | | | | 2.831.194.267 |

**FONTE: https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy_7W0VNmtX4Lc6uVO4P0lRL. Acesso em 05/03/2015.**

O ano de 2015 também teve o predomínio do gênero sertanejo universitário com músicas de andamento rápido e outras peças musicais com andamento lento. O 1º lugar foi *Escreve Aí* com andamento lento. Já o 2º, 4º e 10º lugaresse caracterizaram como sertanejo universitário com andamento rápido. O *funk* carioca apareceu em 7º lugar com *Bang* de Anitta.Neste ano pode-se observar grande incidência de música com idioma inglês (3º, 5º, 6º, 8º e 9º lugar).

**Tabela 25- Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2015**

| Posição | Música | Intérprete | Gênero | Nº acessos |
|---|---|---|---|---|
| 1. | *ESCREVE AÍ* | Luan Santana | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 114.006.431 |
| 2. | *AQUELE 1%* | Marcos & Belutti | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 173.900.757 |
| 3. | *SEE YOU AGAIN* | Wiz Khalifa | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 1.670.121.069 |
| 4. | *OS ANJOS CANTAM* | Jorge & Mateus | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 91.349.732 |
| 5. | *SUGAR* | Maroon 5 | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 1.206.023.425 |
| 6. | *LOVE ME LIKE YOU DO* | Ellie Golding | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 1.079.201.247 |
| 7. | *BANG* | Anitta | FUNK CARIOCA | 174.600.550 |
| 8. | *LEAN ON* | Major Laze & DJ Snake | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 1.310.146.601 |
| 9. | *WORTH IT* | Fifth Harmony | MÚSICA POP INTERNACIONAL | 776.241.114 |
| 10. | *CAMAROTE* | Wesley Safadão | SERTANEJO UNIVERSITÁRIO | 112.206.150 |
| TOTALIZAÇÃO DE ACESSOS | | | | 6.707.797.076 |

**FONTE:https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy8rv8SSC38uW3Eyui1t5QjY. Acesso em 22/04/2015.**

Como foi demonstrado, existe um predomínio do gênero Sertanejo Universitário no cômputo geral dos acessos ao *Youtube Rewind Brasil*, seguido pelo *funk* carioca. Isso em detrimento dos inúmeros outros gêneros musicais brasileiros como o samba e o baião, por exemplo, que não apareceram nem uma vez. Diante da diversidade que caracteriza a música brasileira, esse resultado deixa evidente que o Filtro Invisível mencionado por Pariser, que inclui sugestões de últimos lançamentos (que também têm privilegiado a música sertaneja e o *funk*), integrando os mecanismos da indústria cultural, estão funcionando junto às expectativas e características do *sensorium* ligado às massas.Revelam também que os gêneros e os escritórios de produção, que têm acreditado e investido nesses mecanismos, têm conseguido espaço.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa, tendo como ponto de partida algumas questões, buscou identificar os gêneros musicais que representam as quatro músicas mais acessadas no site *Youtube Rewind Brasil* no período de 2012 a 2015, tendo em vista as suas peculiaridades estilísticas, os processos de criação, produção, circulação e recepção com eles envolvidos, visando esclarecer até que ponto esses processos estão implicados com os mecanismos da indústria cultural e com a estrutura corporativa do site *youtube*.Nesse ponto do trabalho, as questões colocadas no início já podem ser respondidas: que gêneros musicais correspondem às quatro músicas mais acessadas no *Youtube Rewind* na atualidade (2012 - 2015)? Há o predomínio de algum? Que características estilísticas apresentam? O que pode ser dito sobre a sua relação com os processos de criação, produção, circulação e recepção desta música? Como interage com os processos ligados à chamada indústria cultural? Que papel a estrutura corporativa do *youtube* tem desempenhado nesse contexto? No entanto, antes de responder aqui de forma mais direta essas questões, o que já vem sendo feito no último capítulo, importante lembrar que apesar de buscar as implicações com a indústria cultural e com os mecanismos do site *Youtube*, este trabalho não teve a pretensão primeira de fazer uma análise estética ou um julgamento de valor das obras musicais mais acessadas pelo *Youtube Rewind Brasil* de 2012 a 2015, tendo em vista o que foi observado pela pesquisadora Sena (SENA; GOMES, 2013) quando afirmou: “Percebe-se que apesar da fórmula das músicas ser composta por poucos acordes, refrão repetitivo e letras românticas, isso não é significado para falta de qualidade da música. Tudo depende dos critérios adotados” (SENA; GOMES, 2013, p.217). Penso que uma coisa não implica na outra, apesar de tantas reflexões que já foram feitas nesse sentido, além de não ser o interesse dessa pesquisa analisar implicações estéticas e sim constatar as peculiaridades estilísticas das músicas que estão sendo mais acessadas e se existem mecanismos envolvidos com esse acesso, isso, independente de juízo de valor. O que interessa é buscar os gêneros mais privilegiados e a compreensão desses mecanismos.

A análise e interpretação das obras musicais e dos vídeos, que utilizaram alguns elementos da fenomenologia e da hermenêutica através da audição e observação “abertas”, de acordo com Ferrara (1984) e Moscovici (1978), possibilitaram uma fundamentação e abordagem metodológica referentes ao enfoque do simbólico. Por outro lado, a busca de dados quantitativos relacionados aos resultados oferecidos pelo *Youtube Rewind Brasil* nos quatro anos observados, permitiu identificar os seguintes resultados (demonstrados pelas

Tabelas Tabela 22 – Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2012Tabela 25- Resultado geral de acessos ao youtube brasileiro 2015), que já repondem a algumas questões formuladas: existe uma supremacia do sertanejo universitário em três das quatro músicas observadas do *ranking*; a única música classificada em primeiro lugar que não se enquadrou em sertanejo universitário foi classificada como *funk* carioca. Estes resultados evidenciaram peculiaridades estilísticas em todas as obras selecionadas: são obras musicais do campo de produção musical popular urbano, com ênfase no ritmo e melodias com notas repetidas para facilitar a memorização. As harmonias não possuem dissonâncias marcantes ou mudanças de tom abruptas (ver partituras nos anexos 1 A; 1 B; 1 C; 1 D desta dissertação). As letras utilizaram o recurso do jogo com as sílabas das palavras para auxiliar na memorização das melodias e fornecer uma significação que está além da letra em si, além de trazerem temas que coincidem com a experiência cotidiana dos integrantes da massa urbana. Esses temas interagem com as imagens exploradas nos vídeos, constituindo elementos de identificação dos receptores com os intérpretes, a sua produção e a produção do palco.

Nesse contexto de análise e interpretação puderam ser constatados elementos que coincidem com práticas relacionadas à indústria cultural, o que apontou também para demandas mercadológicas que visam perfis dos consumidores em potencial. Estas reflexões adornianas, a partir da fundamentação também em autores como Benjamin (BENJAMIN, 2009) e Bauman(BAUMAN, 2004b), remeteram à observação de que os consumidores dessa música, integrantes da massa urbana que apresenta um histórico em relação à mudança de seu *sensorium*, fundem sua fruição estética corporal com o produto artístico ofertado (BAUMAN, 2004a), identificando as suas experiências cotidianas com a obra, com a produção, com o intérprete e com as imagens que daí se despreendem. Assim, este novo *sensorium* preconizado por Benjamin (2009), que conecta com os bens culturais musicais contemporâneos, apesar do caráter agregador e difuso da massa, oferece a possibilidade de uma recepção coletiva e ao mesmo tempo individualizada da obra, o que não deixou de implicar também, ao seu modo, no sentido da obra aberta de Eco (1991): fruidor enquanto consumidor, integrande da massa difusa e sujeito portador de experiências cotidianas de vida, que ressignificam o sentido ontológico da obra (ECO, 1991). Este coletivismo e individualismo na fruição estética atende aos requisitos mencionados por Bourriad (2004) e ao hedonismo da pós-modernidade apontados por Bauman (BAUMAN, 2009). Por outro lado, intensificando e atualizando esses processos, verificou-se que a indústria cultural se apropriou da ferramenta *Youtube* como um dos

meios de divulgação de produtos musicais de seu interesse, incorporando os avanços tecnológicos do *cyberspace* ao *cast* de ferramentas de circulação musical e despertando o interesse dos compositores, intérpretes e produtores culturais:

> Um dos recursos atuais dos novos compositores é o de colocar suas músicas em vídeos do *Youtube* – a invenção tecnológica do *broadcast yourself* – a fim de testar seu potencial de sucesso comercial pelo número de pessoas que o acessam e o comentam e, deste modo, suscitar o interesse de alguma gravadora (CARONE, 2013, p.10).

Por outro lado, esta investigação comprovou a interferência dos mecanismos manipuladores do *youtube* no resultado dos acessos divulgados pelo *Youtube Rewind Brasil*, através da prática do Filtro Invisível mencionado por Pariser (2012). Esse mecanismo interfere na vida de todos na contemporaneidade, com especial ênfase nas ferramentas midiáticas de grande aceitação popular, tal como o *Youtube*. Percebeu-se, através da experiência com a montagem de usuários diferentes, que os Resultados Recomendados para o perfil de cada consumidor, acontecem junto com a oferta de produtos midiáticos citados como "últimos lançamentos". Como esses lançamentos são sugeridos a todos, mesmo com perfis pré-determinados diferentes, o que soa como sugestão, na verdade, está dentro do "apadrinhamento" comercial do *Youtube*, cumprindo as estratégias comerciais e de divulgação oferecidas pelo site. Daí o resultado ter sido o mesmo, tanto no exercício com os usuários quanto na análise das músicas mais acessadas no *Youtube Rewind Brasil*: predomínio do gênero sertanejo universitário e muita menção ao *funk* carioca. Mesmo os consumidores com menor poder aquisitivo possuem sua segmentação de mercado organizada de forma a atingí-los sem perda de tempo. Esta "democracia" aquisitiva atinge até as crianças – vide o sucesso feito pelo *Show das Poderosas* mimetizado por crianças, conforme descrito por Felipe e Guizzo (2003). Por outro lado, atinge principalmente os escritórios de produção artística e artistas que têm condições de utilizar de forma mais planejada esses mecanismos. Talvez por isso, por não quererem entrar direto nesse assunto, eu não tenha conseguido entrevistar muitos produtores de artistas, a maioria se esquivou da entrevista, configurando um silêncio e atitude que não deixam de dizer e significar.

O *Youtube* se mostrou, assim, um site com gerenciamento profissional, voltado aos resultados e hoje se mostra um líder de sucesso no segmento que atua (vídeos *on-line*),

sobrepujando sua imagem de inovação com a da empresa voltada ao mercado de ações[161]. Esse novo modelo de produção no *cyberspace* resolveu dois problemas capitalistas básicos presentes no cenário pós-moderno (HARVEY, 1994)que perpassa as informações contidas nessa investigação de maneira onipresente: fixação de baixo preço de produção ancorado em tecnologia de ponta e posterior maximização do lucro para os empresários do setor. Esta condição abriu condições para produções caseiras (como foi observado em pesquisas no *youtube* incluindo o gênero *rap* e *funk* carioca) e discussões mais aprofundadas sobre direito autoral e comercialização de produtos musicais, intervenções que fogem ao escopo desta dissertação e espera-se que sejam discutidas em trabalhos posteriores.

Por fim, a busca desenfreada pelo capital econômico pode ser entendida aqui como a representação social de poder num campo de produção musical que tem privilegiado muito esse capital, segundo fundamentação em Bourdieu (1989). A luta do capital econômico com o capital simbólico e cultural, também presente nesse campo, se diluiu no momento em que elementos significativos à experiência cotidiana da massa se colocaram como molas propulsoras do consumo no cenário pós-moderno, que, segundo(HARVEY, 1994), se utiliza de bens simbólicos para incrementar o consumo. Por outro lado, nesse contexto, aconteceu o processo de recepção mencionado por Bauman (2009), em que elementos interpessoais ligados à recepção da massa transmitiram a vitória sobre a grande tristeza contemporânea: a solidão. Acerca desta preocupação hedonista no cenário pós-moderno em que se abre mão até da intimidade pessoal, Bauman argumenta que o integrante da massa constitui uma multidão de solitários que busca algum tipo de apanágio para aplacar a dor, busca nas imagens que se emanam do *grandioso show*, da atuação e da figura do artista, um ponto de apoio para as suas experiências cotidianas. Esse autor afirma ainda que

> desde que não se esqueça que o que antes era invisível - a parcela de intimidade, a vida interior de cada pessoa - agora deve ser exposto no palco público [...], vai-se compreender que aqueles que zelam por sua invisibilidade tendem a ser rejeitados, colocados de lado ou considerados suspeitos de um crime. A nudez física, social e psíquica está na ordem do dia. (BAUMAN, 2008, p. 9) [...] E assim agora sentimos falta daquilo a que antes ressentimos: uma autoridade mais forte que nós, uma autoridade em que podemos confiar e a que devemos obedecer, uma autoridade que se pode responsabilizar pela adequação de nossas escolhas e assim, ao menos, partilhar de algo de nossa excessiva responsabilidade (BAUMAN, 1997, p.27).

---

[161]http://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/2016/02/controladora-do-google-supera-apple-como-maior-empresa-na-bolsa.html. Acesso em 21/04/2016. O *Google*, a empresa com maior valor de mercado do mundo, é a detentora do *Youtube*.

Nesse cenário, as novas representações identitárias do público consumidor, ressignificadas pelas interações globais facilitadas pelos mecanismos da pós-modernidade (HALL, 2005b), podem ser observadas no grande investimento na música sertaneja universitária. Gênero que obteve o maior número de acessos no site *Youtube Rewind Brasil* e que incorpora a mudança da música caipira/sertaneja tradicional para o universitário, demonstrando que as interações e representações imanentes a esse campo de produção cultural (BOURDIEU, 1996) passaram a interagir com a vida *high-tech* das cidades, fabricando ouvintes que são *hipsters*[162] sertanejos, que se apropriaram de comportamentos incorporados de seus antepassados fazendo-os interagir com a dinâmica hedonista e consumista da vida urbana contemporânea. Como esse trabalho não pretendeu julgamentos de valor, esse processo é aqui entendido como a interação de uma matriz cultural com diferentes tempos que "levaram a" e ainda suscitam diversos conflitos relacionados à sua criação, produção, circulação e recepção. Um gênero sujeito à mola mestra da transformação histórica que deixa claro os processos relacionados à sua imersão no capitalismo contemporâneo que caracteriza a pós-modernidade e que o torna, por isso mesmo, um alvo dos investimentos dos mecanismos do *youtube*.

[162]Pessoas que gostam de roupas, músicas e cultura alternativa em geral. O constraste entre sertanejo e *hipster* se encontra no fato dos consumidores do sertanejo universitário se vestirem como os *hipsters* americanos, mas consumirem música brasileira comercial.

# REFERÊNCIAS


2001. **Stanley Kubrick**. Metrocolor, , 1968.

ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. 5a. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985. v. 1947

ADORNO, T. W. et al. **Textos escolhidos**. 1a. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

ADORNO, T. W. **Introducão À Sociologia Da Música: Doze Preleções Teóricas**. [s.l: s.n.].

BAITELLO, N. J. As imagens que nos devoram: Antropofagia e Iconofagia. **Imagem e Violência**, p. 1–11, 2000.

BAITELLO, N. J. **A Era da Iconofagia**. São Paulo: Paulus, 2014.

BAKHTIN, M. **Os Gêneros do Discurso: Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARBERO, J. M. **Dos Meios às Mediações**. 1a. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

BAUDRILLARD, J. **Simulacro e Simulação**LisboaAntropos, , 1991.

BAUDRILLARD, J. **Para uma Crítica da Economia Política do Signo**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

BAUMAN, Z. **ÉTICA PÓS-MODERNA**. São Paulo: Paulus, 1997.

BAUMAN, Z. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BAUMAN, Z. **Vidas Desperdiçadas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004a.

BAUMAN, Z. **Amor líquido**. 1a. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004b.

BAUMAN, Z. **Vida Para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

BAUMAN, Z. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BENEDETTI, I. M. M.; BÁRCARO, F. A cultura e o novo solo histórico: reflexões sobre nosso tempo. **Revista Multidisciplinar da UNIESP**, p. 12–22, dez. 2008.

BENJAMIN, W. **A Obra de Arte na Era da Sua Reprodutibilidade Técnica**. 1a. ed. Lisboa: Relógio D'água, 2009. v. 23

BERNADELLI, M. M. Breve Histórico da Música Caipira. **In: Leitura. São Paulo. Publicação Imprensa Oficial do Estado de São PauloS/A-IMESP.**, 1992.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. 1a. ed. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, P. **As Regras da Arte - Gênese e estrutura do campo literário**. 1a. ed. São

Paulo: Companhia das Letras, 1996.

BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**. [s.l: s.n.].

BOURDIEU, P. **A Economia das Trocas Simbólicas**. 6a. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURRIAUD, N. **Pós-Produção: Como A Arte Reprograma O Mundo Contemporâneo**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BOURRIAUD, N. **Estética Relacional**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRITO, D. D. E. S. **NEGOCIAÇÕES DE UM SEDUTOR : TRAJETÓRIA E OBRA DO COMPOSITOR GOIÁ NO MEIO ARTÍSTICO SERTANEJO ( 1954-1981 ).** Uberlândia: Dissertação História UFU, 2009.

BURGESS, J. **YouTube e a Revolução Digital**. 1a. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

CANCLINI, NÉSTOR G. **Leitores, Espectadores e Internautas**. 1a. ed. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

CANCLINI, N. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.

CARMONA, T. **Segredos do Google**. São Paulo: Digerati Comunicação e Tecnologia Ltda, 2004.

CARONE, I. Indústria cultural e indústrias culturais : alguns apontamentos. **Impulso**, v. 23, n. 57, p. 9–17, 2013.

CARPENTER, C. **Google Cash**. [s.l.] Heidi Morris Editors, 2006.

CARVALHO, J. J. DE. **Transformações da Sensibilidade Musical Contemporânea**. Porto Alegre: UFRGS Pós-Graduação Antropologia Social, 1999. v. 5

CARVALHO, L. V. A Obra Vocal de Estércio Marquez Cunha: especificidades da música e memória musical no cenário goianiense. **Dissertação UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS ESCOLA DE MÚSICA E ARTES CÊNICAS**, 2012.

CHARTIER, R. **A História Cultural**. 2a. ed. Lisboa: Difel, 2002.

CLÍMACO, M. DE M. **ALEGRES DIAS CHORÕES O choro como expressão musical no cotidiano de Brasília Anos 1960 – Tempo Presente**. Brasília: Tese Doutorado História UNB, 2008.

COSTA, J. H. Reflexões sobre a indústria cultural a partir de Pierre Bourdieu: a importância dos conceitos de Habitus e Capital Cultural. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 140, n. XII, p. 12–21, 2013.

COTRIM, G. **História Global: Brasil e Geral.** 6a. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. 1a. ed. São Paulo: eBooksBrasil.com, 2003.

ECO, U. **Obra Aberta**. 8a. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

ECO, U. **Apocalípticos e Integrados**. 6a. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FALCON, F. J. C. **História e representação. In: CARDOSO, C. F.; MALERBA, J. (Org.). Representações: contribuições para um debate transdisciplinar.** Campinas: Papirus, 2000.

FELIPE, J.; GUIZZO, B. S. Erotização dos corpos infantis na sociedade de consumo. **Pro-Posições**, v. 3, n. 42, p. 119–130, 2003.

FELIX, J. B. DE J. **HIP HOP : CULTURA E POLÍTICA NO CONTEXTO PAULISTANO**. São Paulo: Tese USP - PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL, 2005.

FERRARA, L. Phenomenology as a Tool for Musical Analysis. **The Musical Quarterly**, v. 70, n. 3, p. 355–373, 1984.

FRAGOSO, T. Modernidade líquida e liberdade consumidora: o pensamento crítico de Zygmunt Bauman. **Perspectivas Sociais**, v. 1, n. 1, p. 109–124, mar. 2013.

FRANCO, C. D. P. A contemporaneidade através de um olhar multicultural. **Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades**, v. VII, n. XXVII, p. 45–56, 2008.

GANEM, A. Karl Popper versus Theodor Adorno: lições de um confronto histórico. **Revista de Economia Política Brazilian Journal of Political Economy**, v. 32, n. 1, p. 87–108, 2012.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. 1a. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIBSON, W. **Neuromancer**. 1a. ed. São Paulo: Aleph, 2003.

GIDDENS, A. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4a. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOHN, D. **A APRECIAÇÃO MUSICAL NA ERA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS**. São Paulo: ANPPOM, 2007.

GOMES, D. S. Inteligência Artificial : Conceitos e Aplicações. **Revista Olhar Científico**, v. 1, n. 2, p. 234–246, 2010.

GROGER, R. HIPERTROFIA IMAGÉTICA : Sobre o paradoxo da visibilidade e suas consequências humanas. **Acta Científica**, p. 23–34, 2011.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. 10a. ed. São Paulo: DP&A, 2005a.

HALL, S. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10a. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005b.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

HARVEY, D. **O Novo Imperialismo**. 2a. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

KAMPER, D. **Imagem - Cosmo, Corpo, Cultura. Enciclopedia Antropologica. A cura di Christoph Wulf**. Milano: Ed. Mondadori, 2002.

KELLNER, D. A Cultura da Mídia e o Triunfo do Espetáculo. **Líbero**, v. 6, n. 11, p. 2–11, 2003.

KERMAN, J. **Musicologia**. 1a. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

LÈVY, P. **LÉVY, Pierre. Cibercultura**. 1a. ed. São Paulo: 34, 1999.

LEVY, S. **Google - A Biografia**. 1a. ed. São Paulo: Universo dos Livros, 2012.

LIMA, R. DE; JÚNIOR, Z. **Caranguejos com Cérebro uma análise dos hibridismos musicais realizados pelo movimento manguebeat**. Campinas: Dissertação UNICAMP Artes, 2010.

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade Paradoxal**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

MARTINS, J. DE S. “Viola quebrada”. **Revista Debate & Crítica**, n. 4, 1974.

MEILI, Â. M. O Audiovisual Na Era Youtube: pro-amadores e o mercado. **Sessões do Imaginário**, n. 25, p. 50–59, 2011.

MENDONÇA, L. F. M. **Do Mangue Para o Mundo: O Local e o Global na Produção e Recepção da Música Popular Brasileira**. Campinas: Tese UNICAMP, 2004.

MILLER, M. **YouTube for Business: Online Video Marketing for Any Business (Google eBook)**. 2a. ed. Indianapolis: Que Publishing, 2011.

MONTI, M. **As possibilidades de reflexão na indústria cultural**. São Paulo: Dissertação Instituto Psicologia USP, 2012.

MORAES, R. D. A.; BARRA, A. S. B. INDÚSTRIA CULTURAL, PÓS-MODERNIDADE E EDUCAÇÃO: ANÁLISE CRÍTICA DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **Revista de Educação PUC Campinas**, v. 23, p. 21–28, 2007.

MOSCOVICI, S. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOSCOVICI, S. **A Representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

MOZDZENSKI, L. As configurações genéricas e multimodais do videoclipe. **Signo**, v. 38, n. 64, p. 100–117, 2014.

NAPOLITANO, M. **História e Música: História Cultural da Música Popular**. 1a. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

NEGROPONTE, N. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

ORTIZ, R. **A sociologia de Pierre Bourdieu**. São Paulo: Olho DÁgua, 2003.

ORWELL, G. **1984**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2003.

PAREYSON, L. **Os Problemas da Estética**. São Paulo: Martins Editora, 2005.

PARISER, E. **O filtro invisível**. 1a. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PESAVENTO, S. J. **História e História Cultural**. 2a. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

RANGEL, M. **"Bom aluno": Real ou ideal? O quadro teórico da representação social e suas contribuições à pesquisa.** Petrópolis: Vozes, 1997.

SCHOENBERG, A. **Fundamentos de Composição Musical**. 3a. ed. São Paulo: EDUSP, 2015.

SENA, M. F. G.; GOMES, N. DOS S. ANÁLISE ESTILÍSTICA DO "SERTANEJO UNIVERSITÁRIO". **Revista Philologus**, v. 19, n. 55, p. 216–224, 2013.

SETTON, M. D. G. J. INDÚSTRIA CULTURAL: Bourdieu e a teoria clássica. **Comunicação e Educação**, n. 22, p. 26–36, 2001.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: CORTEZ EDITORA, 2012.

SILVA, T. T. DA. **Identidade e Diferença**. 1a. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2011.

SLATER, D. **Cultura do Consumo e Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

TEIXEIRA, S. **Gestão das Organizações**. Rio de Janeiro: Mc, 2005.

TERENCE, A. C. F. Abordagem quantitativa , qualitativa e a utilização da pesquisa-ação nos estudos organizacionais. **ENEGEP**, v. 26, p. 1–9, 2006.

TOALDO, M. M. Sob o Signo do Consumo: Status, Necessidades e Estilos. **Revista Famecos**, v. 7, 1997.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

VIANNA, H. **O Baile Funk Carioca: festas e estilos de vida metropolitanos**. Rio de Janeiro: Dissertação Mestrado UFRJ, 1987.

VIEIRA, G. D. S. **O home studio como ferramenta para o ensino da performance musical**. Goiânia: Dissertação UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS ESCOLA DE MÚSICA E ARTES CÊNICAS, 2010.

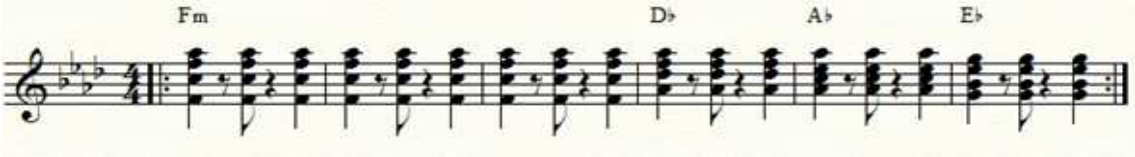
VOLPE, M. A. Por uma Nova Musicologia. **Música em Contexto, Revista do PPG-MUS/ Universidade de Brasília**, v. 1, p. 107–122, 2007.

ZAN, J. R. (DES)TERRITORIALIZAÇÃO E NOVOS HIBRIDISMOS NA MÚSICA SERTANEJA. **Anais do V Congresso Latinoamericano da Associação Internacional para o Estudo da Música Popular**, 2004.

# ANEXOS

## Anexo 1 –Partituras

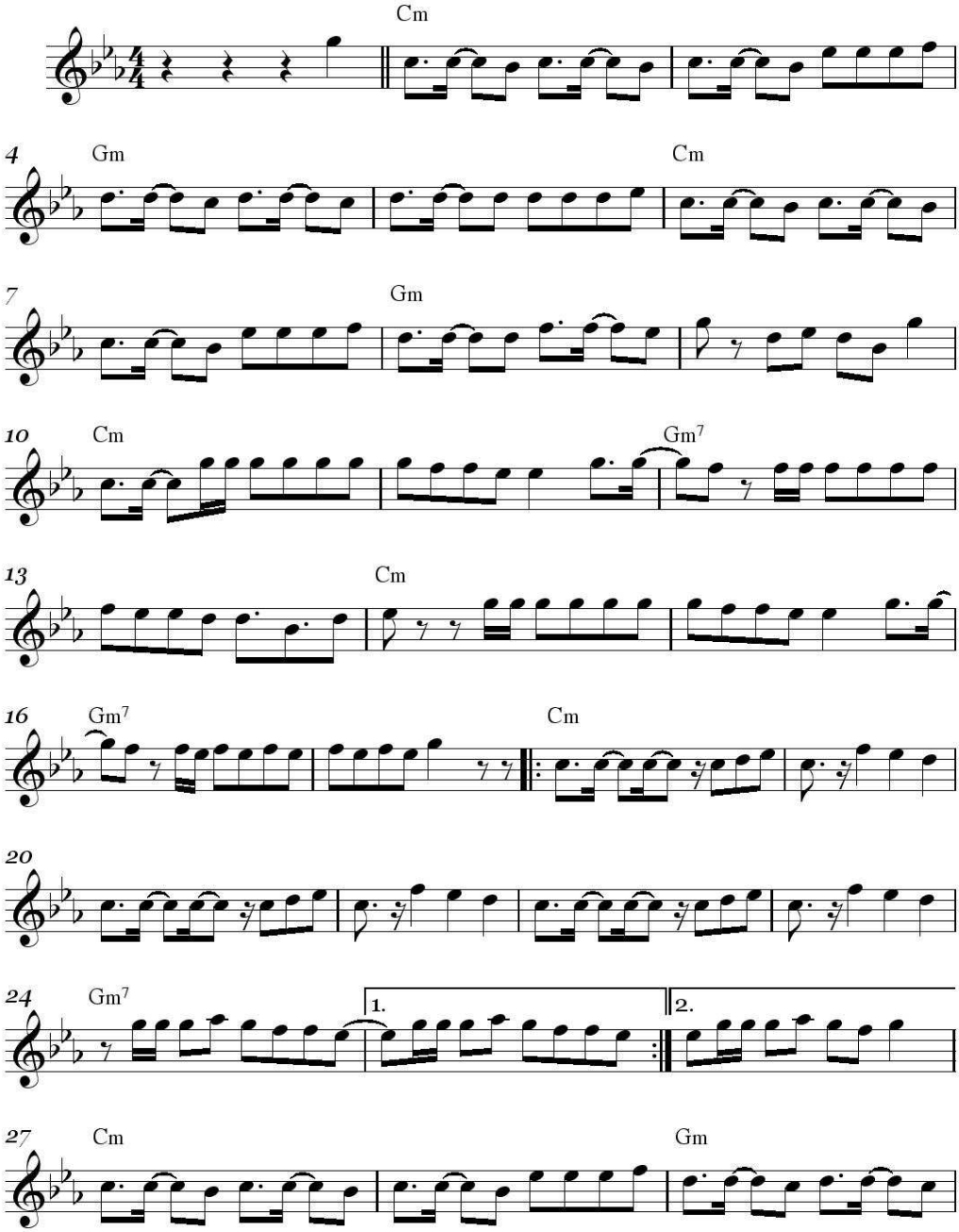
- **Anexo 1 A => Trecho de *Camaro Amarelo***



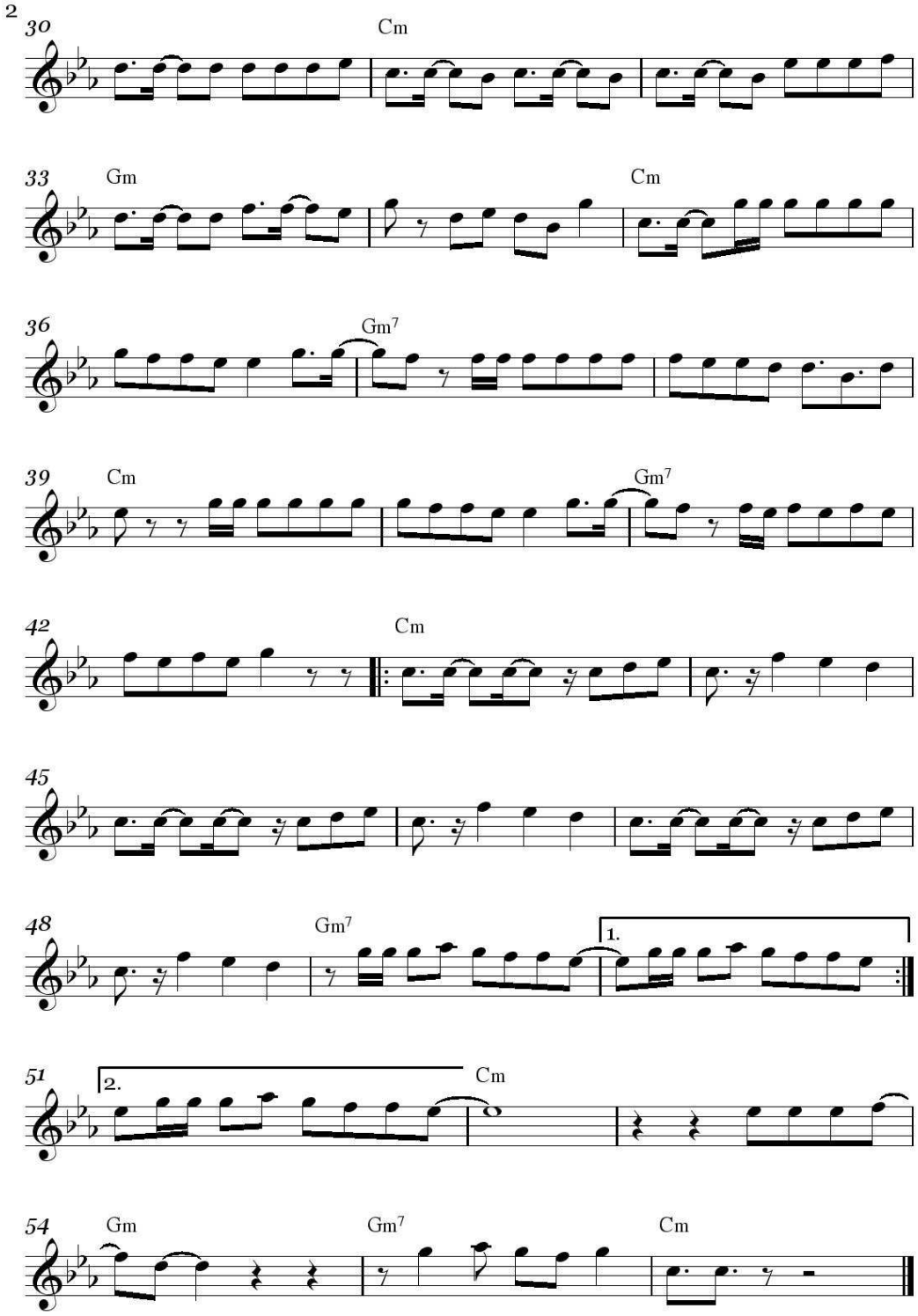
- **Anexo 1 B =>*Show das Poderosas***

# Show das poderosas

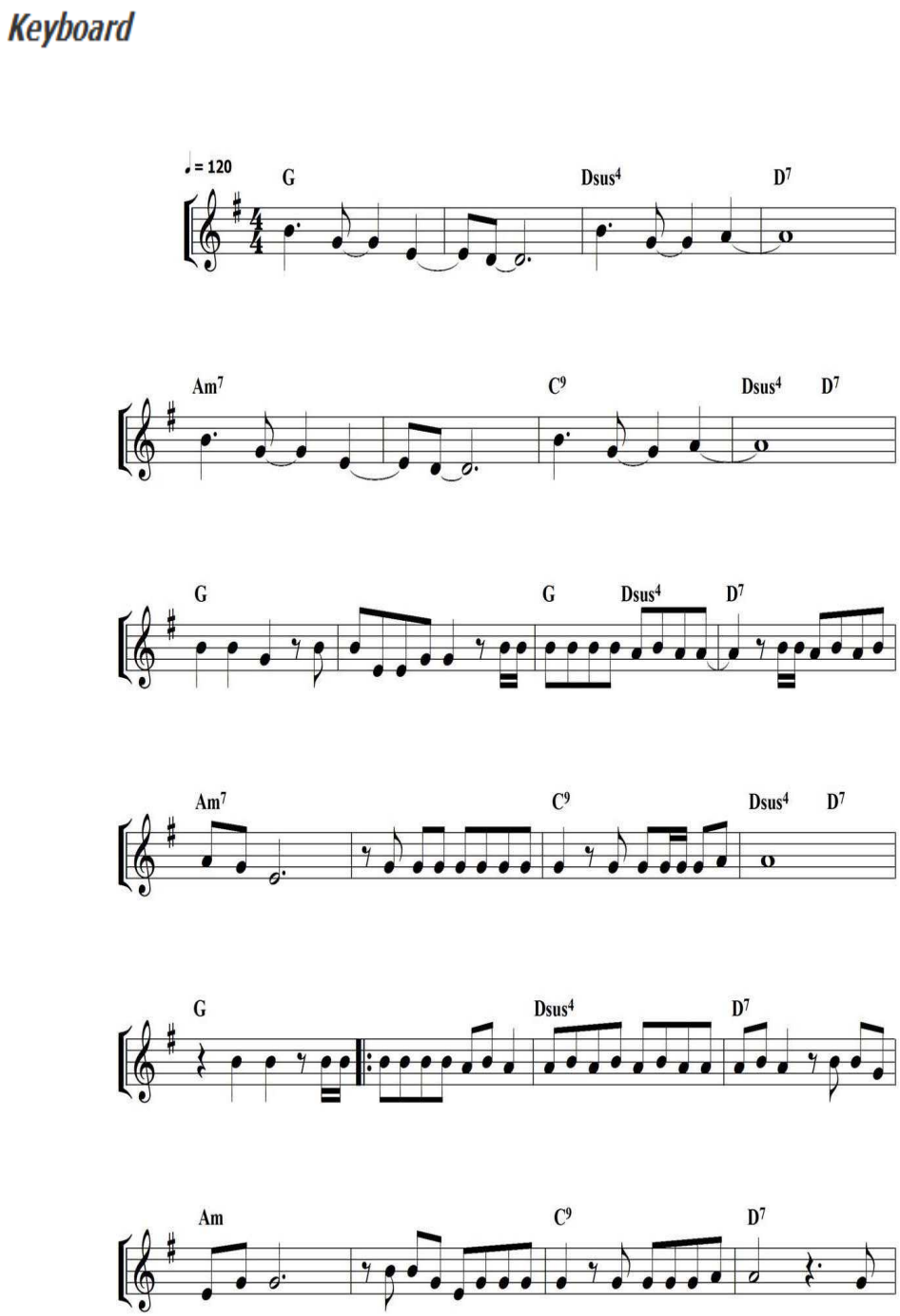
Anitta

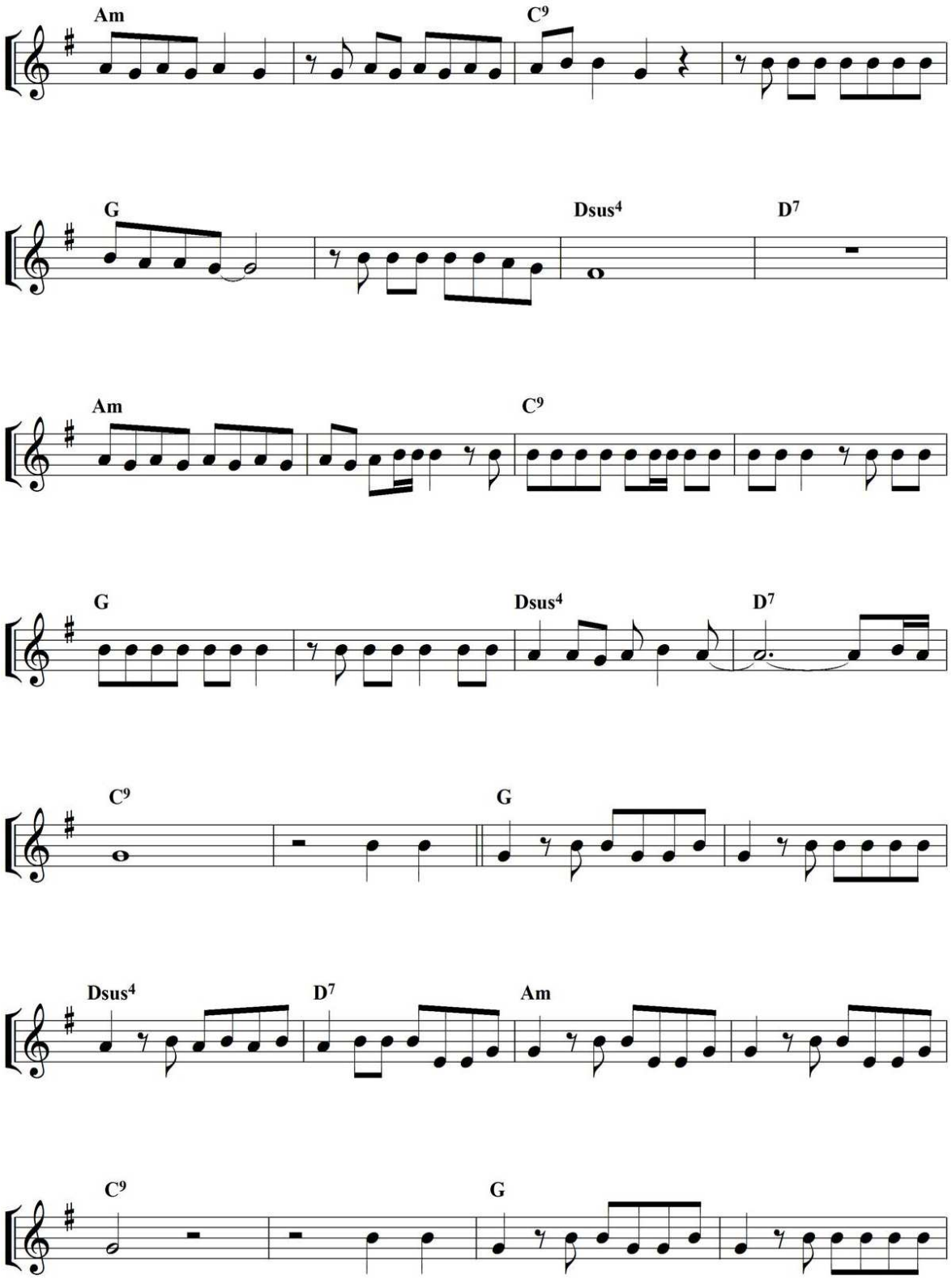


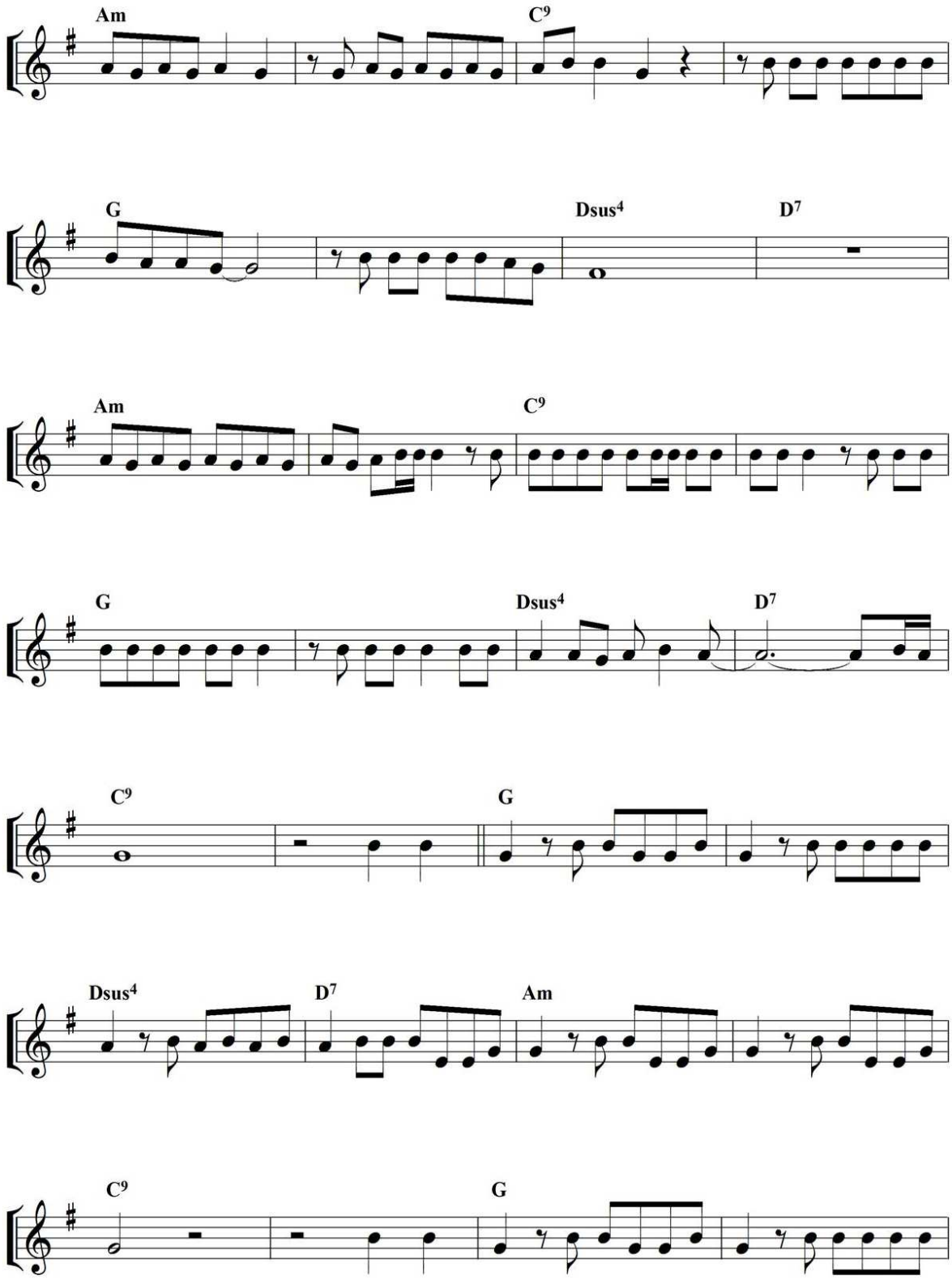

Copyright © Bruce Wayne
brucerjwayne@gmail.com

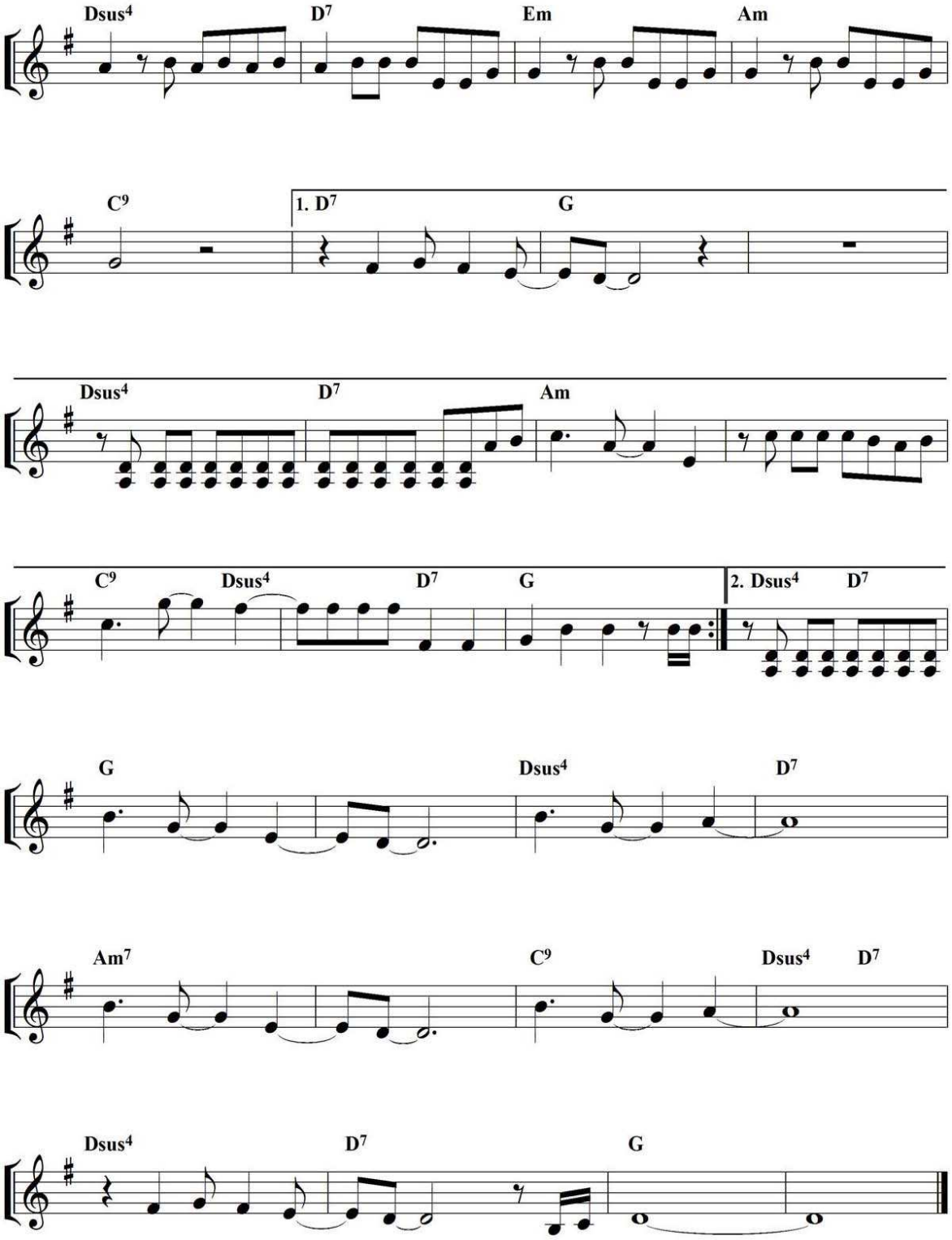

2
30
Cm
33
Gm
Cm
36
Gm7
39
Cm
Gm7
42
Cm
45
48
Gm7
1.
51
2.
Cm
54
Gm
Gm7
Cm

- **Anexo 1 C =>*Mozão***




Am
C9
G
Dsus4
D7
Am
C9
G
Dsus4
D7
C9
G
Dsus4
D7
Am
C9
G


Am
C9
G
Dsus4
D7
Am
C9
G
Dsus4
D7
C9
G
Dsus4
D7
Am
C9
G




***Fonte:*** **Adaptação e Transcrição de Deusdet Coppen. Disponível em https://www.cifraclub.com.br/lucas-lucco/mozao/partituras/. Acesso em 27/04/2016.**

- **Anexo 1 D =>*Escreve aí***

# Escreve aí

Música de:**Luan Santana**, Bruno Caliman, Dudu Borges e Douglas Cezar
Transcrição para piano:

**www.gilborges.com**
**gil.borges.piano@gmail.com**
**pianoclubbrasil.blogspot.com.br**

Piano
C
Te fa-lo tan-ta coi- sa(en) quan-to ten-to se-gu

4
Am
rar a lá-gri-ma que(in) sis- te(em) ca-ir en-tro no meu car-ro a- bro(o) vi- dro(e) an-tes

6
F
3
de ir(em) bo - ra eu te di- go(o) lha(a) qui a - in - da vou te(es) que - cer...

8
C
— es-cre- ve(a) í che- go(em) ca-sa dou de ca-ra com sua foto

11
Am
u ma du-cha e um vi-nho pra(a) cal-mar e eu pen-so vou par-tir pra ou - tra logo

Transcrições e pedidos de partitura: gil.borges.piano@gmail.com

2

13 F

Pno. mas quem é que(eu) to ten-tan - do en - ga-nar?

15 C 3

Pno. mas quem é que(eu) to ten-tan - do en - ga-nar? é só vo-

17 G F 3 G

Pno. cê fa-zer as-sim que(eu) vol - to é só vo - cê fa-zer as- sim___ que(eu) vol-

20 F G F7M

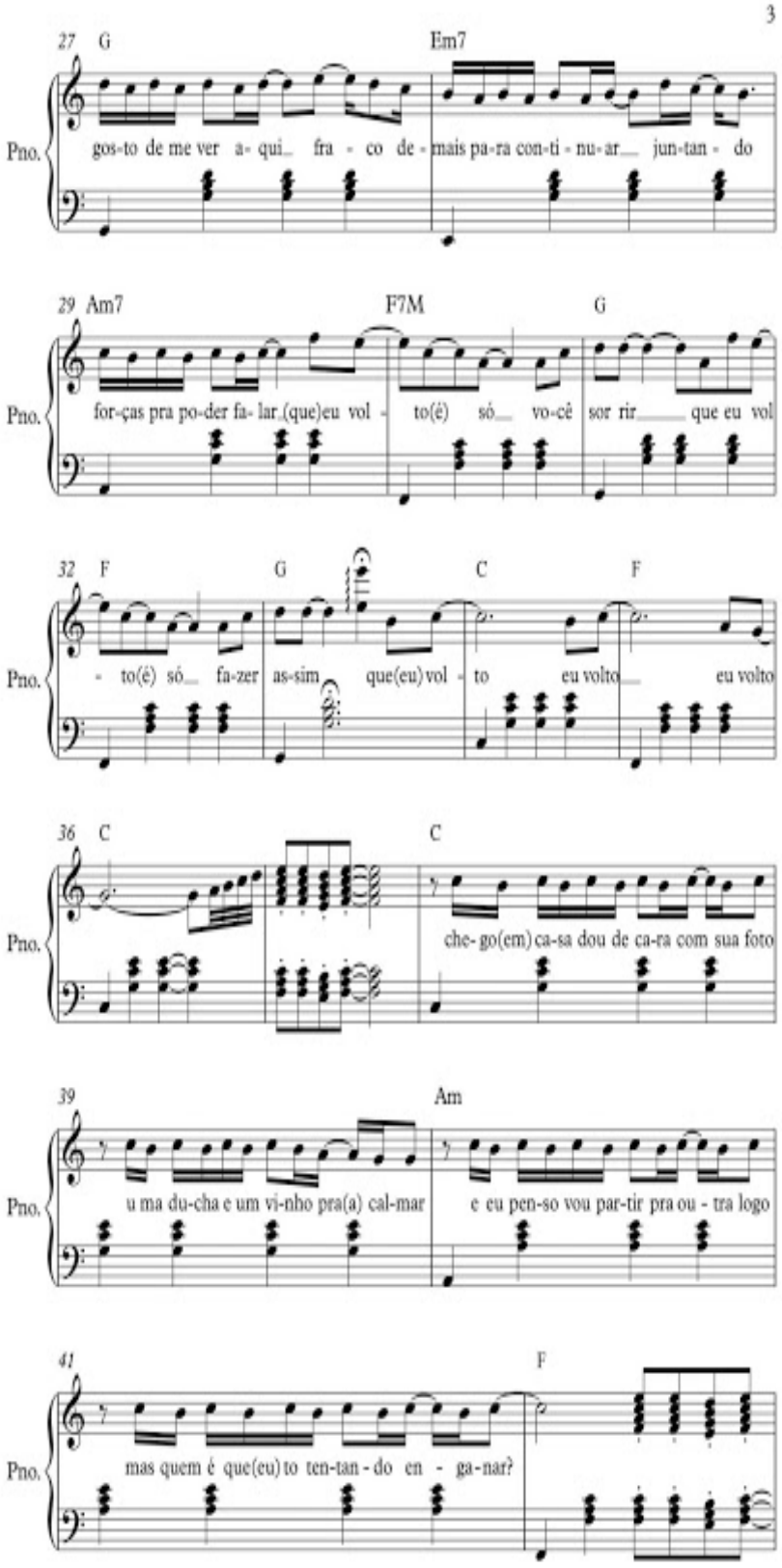
Pno. to que(eu) vol- to___ é que(eu) te a- mo(e) fa-lo na sua cara se ti- rar vo

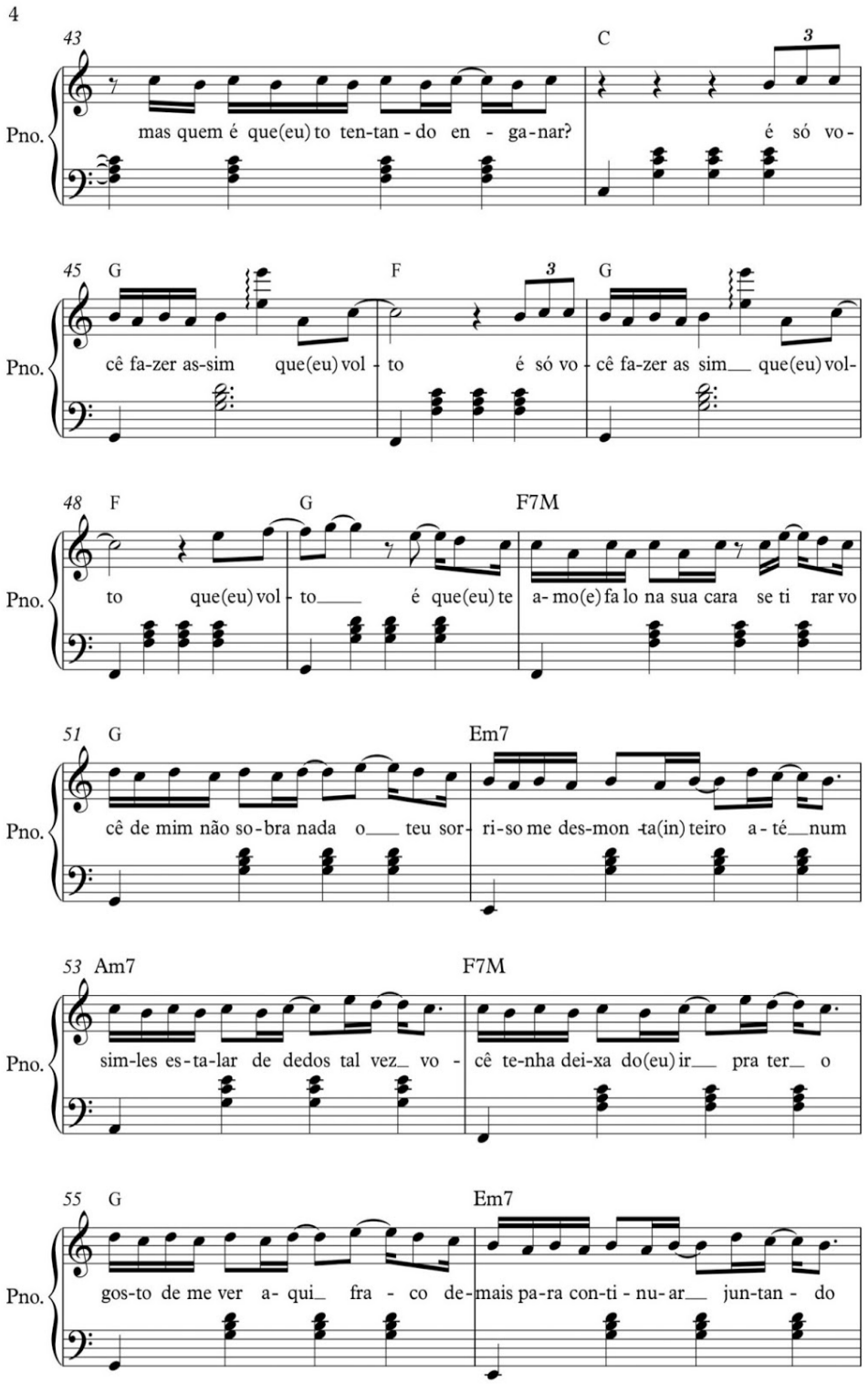
23 G Em7

Pno. cê de mim não so-bra nada o___ teu sor - ri-so me des-mon -ta(in) teiro a- té__num

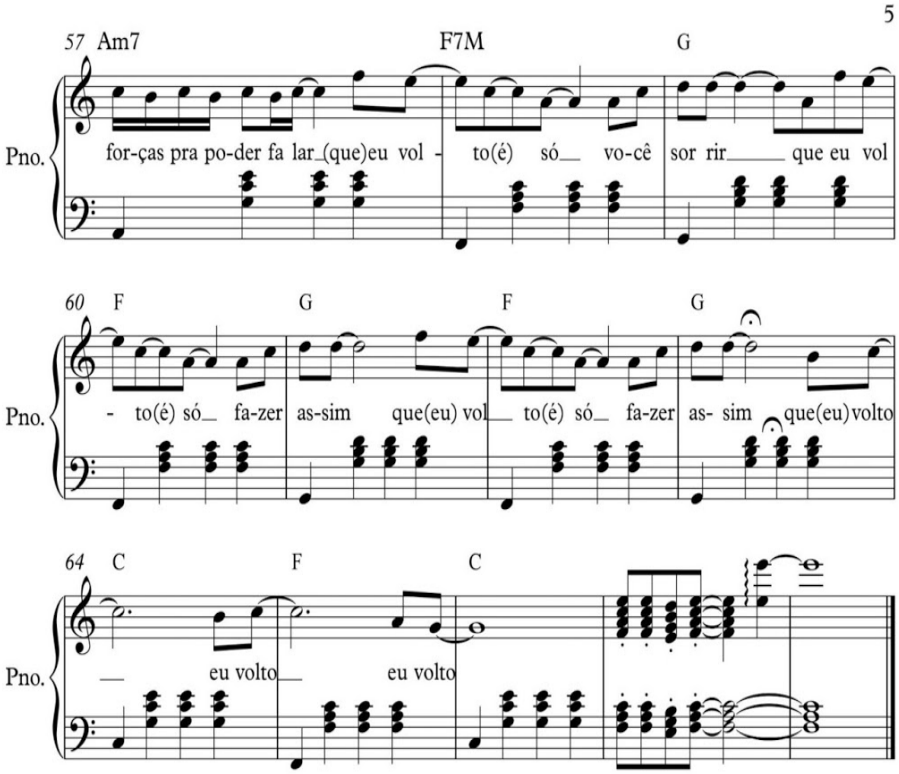
25 Am7 F7M

Pno. sim-les es-ta-lar de dedos tal- vez_ vo - cê te-nha dei-xa do(eu) ir___ pra ter_ o


3
27 G Em7
Pno.
gos-to de me ver a- qui fra - co de - mais pa-ra con-ti - nu-ar jun-tan - do
29 Am7 F7M G
Pno.
for-ças pra po-der fa- lar (que)eu vol - to(é) só vo-cê sor rir que eu vol
32 F G C F
Pno.
- to(é) só fa-zer as-sim que(eu) vol - to eu volto eu volto
36 C C
Pno.
che- go(em) ca-sa dou de ca-ra com sua foto
39 Am
Pno.
u ma du-cha e um vi-nho pra(a) cal-mar e eu pen-so vou par-tir pra ou - tra logo
41 F
Pno.
mas quem é que(eu) to ten-tan - do en - ga-nar?




Transcrições e pedidos de partitura: gil.borges.piano@gmail.com




12/06/2015

**www.gilborges.com**
**gil.borges.piano@gmail.com**
**pianoclubbrasil.blogspot.com.br**

## Anexo 2 – Transcrições de Entrevistas

Entrevista Carlos

**1. Qual o papel do site Youtube para a divulgação do cantor, compositor ou performer musical brasileiro?**

Bom, respondendendo à pergunta 1, eu acredito que o site Youtube seria uma possibilidade para o compositor, performer, conseguir divulgar seu trabalho sem depender das mídias convencionais, tais como televisão, rádio, e etc. revistas e tudo mais nas quais muitas vezes você ter acesso a uma porta mínima é muito complexo, no Youtube basta você ter uma conta e você já iniciaria. É claro que o poder de divulgação, o quanto o seu trabalho será divulgado, já é outra estória, depende um pouco de você, um pouco de outros mecanismos, mas eu acho que pelo menos como porta de entrada, é uma possibilidade muito interessante.

**2. Você o utiliza no seu trabalho? Se sim, explique-me como e diga-me que retorno ele te dá.**

Eu utilizo no meu trabalho, comedidamente, assim, eu não espero ainda, retornos financeiros, faço por uma questão de hobbie, gosto próprio assim, de certa forma isto é bacana, você se avaliar através dos comentários, no caso eu posto performances e algumas coisas que eu trabalho com composição e tudo mais. Eu não diria que é uma utilização profissional mesmo do Youtube, porque ele não me rende retornos a nível de ganhos, e também nunca fechei um trabalho sério, profissional a partir de uma coisa que tenha postado no Youtube. Mas eu acredito que é uma ferramenta com potencial, mas assim, eu também não fico fazendo grandes expectativas, porque não é muito simples sobressair e sei que exigiria uma dedicação muito grande, às vezes até um investimento em cima do site para poder ter um respaldo financeiro vamos dizer assim. Por hora é uma questão de hobbie mesmo, sem grandes expectativas.

**3. Que gênero musical você acha que tem sido privilegiado com o aparecimento deste site?**

Eu diria que quando eu observava o princípio do Youtube, me parecia uma coisa bem democrática mesmo, na música mesmo, era difícil ver uma coisa sobressaindo, vamos dizer assim.... Os canais que mais “vingavam” eram os canais de comédia, um cara que estava falando mal da vida do outro, não era bem assim canais de música. Mas a partir do momento que as grandes gravadoras, os grandes networks viram o poder do Youtube eu

percebi que passamos a ter ali um investimento forte, e naturalmente essa mídia de massa acaba sendo beneficiada pelos mecanismos do site, se você escrerver a palavra música, aparece a VEVO que é um network de música dos grandes, daqueles que tem condições de investir na divulgação. Então, eu acho que o estilo beficiado em suma, é o mesmo que é beneficiado hoje pelos outros mecanismos de massa, então assim, você tendo condição de investir, de pagar os mecanismos necessários, você acaba sendo beneficiado dentro do site; caso não, é uma loteria, pode ser que abra uma porta, pode ser que não vire nada.

**4. Quer falar mais alguma coisa sobre o site Youtube? Pode falar livremente.**

Acerca do site Youtube, eu vejo algumas coisas interessantes; eu observando pessoas que acompanham canais que realmente são engajados em assistir o Youtube, não é nem em fazer material para o Youtube mas em assistir, conseguem ter um pouco mais de poder de escolha, isso eu acho um “que” de diferente no princípio, porque se você assiste à tv aberta, você alimentado por aquilo que eles estão transmitindo, você mesmo no canal fechado, tv à cabo, ainda assim, você fica à mercê dos que eles disponibilizam, mesmo o Netflix que permite muita liberdade mas você ainda está dentro do que está sendo disponibilizado; no Youtube existe uma variedade muito grande do que pode ser transmitido, tanto quanto pode ser assistido, então assim, exige de quem está assistindo um pouquinho mais de escolha, o que você realmente quer ver, é um pouco mais trabalhoso. Eu torço para que isto não acabe por completo, com esse poder de escolha, não eu quero ver o vídeo tal, eu vejo, apesar da página de recomendações que é baseado naquilo que você costuma assistir, tirando aquela página, você tem o site todo como aberto, você pode pesquisar nele até encontrar o que você quer ver. Espero que que isto não acabe, porque eu vejo como um diferencial do sistema, dentro do que diz respeito à vídeo, à arte multimídia, em parte é isso que é um canal interessante, e se ficar muto rígido e muito cheio de regras provavelmente haverá migrações, eu mesmo não concordaria com este mecanismo.

Entrevista Maria

1. **Como Conheceu o site Youtube?**

Bem, acho que não me recordo especificamente como....mas dever ter sido como todas as redes sociais e de entretenimento: através de amigos.

2. **Qual a importância desse site na sua vida? Você o acessa sempre?**

Acho youtube incrível!!! Uma maneira prática de divulgar meu trabalho e de conhecer o de tantos outros! Quantos artísticas fantásticos nós talvez não teríamos conhecimento se não fossem esses sites?

3. **Você o utiliza no seu trabalho? Faz uso dele para divulgar suas performances? Se sim, explique-me como. Que retorno tem?**

Utilizo sim, claro. Sempre coloco vídeos por lá. Hoje em dia não é possível fechar um contrato de show sem que o contratante não "veja" seu trabalho. Antes era necessário gravar um show em dvd para anexar à propostas. Agora basta anexar os links para que o contratante conheça o artista. O retorno, neste caso, está muito relacionado à divulgação mesmo. Pessoas de vários lugares do país (e até do mundo) já fizeram contato comigo pq conheceram meu trabalho no youtube.

4. **Que gênero musical você acha que tem sido privilegiado com o aparecimento deste site?**

Não acho que o site privilegia gêneros. O site está lá pra quem quiser usar. Por outro lado, aqueles com poder aquisitivo maior conseguem soltar mais vídeos e de maneira mais profissional.

5. **Deseja falar mais alguma coisa acerca da sua utilização do site YOUTUBE?**

Que bom que ele existe! rs

Entrevista Lúcia

**1. Qual o papel do site Youtube para a divulgação do cantor, compositor ou performer musical brasileiro?**

Bom, conheci o site através de amigos, que mandaram links de músicas que gostava, a partir daí sempre busquei músicas nele, pelo fato de serem vídeos.

**2. Você o utiliza no seu trabalho? Se sim, explique-me como e diga-me que retorno ele te dá.**

Acesso ele frequentemente, é uma forma simples, porém que abrange muita coisa, por exemplo poder ter a facilidade de ver e ouvir o que quiser. Ainda mais eu sendo cantira, é um meio de comunicação eficaz pra divulgação do meu trabalho, o Youtube acaba sendo muito importante.

Eu uso sim ele pra divulgação... pra mostrar mais meu trabalho, por ser um site muito reconhecido, acaba ajudando os artistas, pois é uma ferramenta de fácil acesso, disponível a qualquer um, desta forma meu trabalho vai mais longe, e consigo divulgá-lo em lugares que normalmente não conseguiria... o retorno de fato acontece, claro que não imediato, pelo fato de ter muitas opções, mas quando se faz um bom trabalho o retorno é bastante satisfatório.

**3. Que gênero musical você acha que tem sido privilegiado com o aparecimento deste site?**

Eu acho que o Forró tem se beneficiado muito, ele estava meio esquecido pelo público, e com o site ficou mais fácil conhecer este gênero, que muitas vezes sofre preconceito, pela falta de conhecimento e agora o Forró conquistou o Brasil, é um gênero muito usado e pedido nas festas... na minha concepção o Youtube ajudou nesta divulgação, o que só cresce a cada dia. Entretanto, o sertanejo tem seu espaço no Youtube, a divulgação é forte, apesar do mercado ser saturado, mas continuo na opção do Forró, ele realmente vem surpreendendo.

**4. Quer falar mais alguma coisa sobre o site Youtube? Pode falar livremente.**

Minha principal utilização do site é para fins de divulgação mesmo, pra apresentar meu trabalho pro público. Hoje em dia é o site referência pra vídeos, então quando se consegue um número significativo de visualizações é porque seu trabalho está sendo reconhecido.

**5. Você me relatou que um novo gênero musical está tomando conta do Brasil, a chamada "Sofrência". Me explique melhor este gênero e suas particularidades.**

É um estilo né? A pessoa descreve aquela dor que ela passou, desilusão amorosa, sofrimento mesmo, daí o nome "Sofrência", que é uma música mais apaixonada, você canta com o objetivo de tocar as pessoas. Geralmente, tocar na ferida para fazer elas chorarem né? É ums música que retrata o cotidiano das pessoas, por isso as pessoas se identificam.

**6. Quando você canta músicas deste gênero musical "sofrência" você percebe reação do público? As pessoas se emocionam?**

Quando eu canto este repertório, percebo que as pessoas param para pensar na letra, naquilo que remete a cada uma delas.

**7. É uma música romântica contemporânea?**

É uma música romântica mas bem intensa, tem que cantar realmente sentindo aquilo, não pode cantar apenas por cantar, sofrência até pelo fato da gente cantar. São músicas com refrões, mesmo não sendo tristes, conseguem chamar a atenção das pessoas. As pessoas se empolgam quando vêem que você está cantando a realidade dela.

**8. E são estórias que as pessoas passam.**

É uma realidade, um chifre, uma dor, um amor não correspondido...

**9. É uma música mais lenta que o arrocha?**

Bem mais lenta. O arrocha é bem animado, é bem pra cima. Na sofrência você tem que parar para prestar atenção.

**10. E quais os grandes nomes hoje da Sofrência?**

Pablo que começou com essa linha, tem também a Simone Simaria que além de cantar a sofrência tem uma mesclagem com o forró pé de serra. Outro nome importante hoje do forró pé de serra é Dorgival Dantas.

EntrevistaMaria

5. **Como Conheceu o site Youtube?**

Através de outros músicos para fins de pesquisa.

6. **Qual a importância desse site na sua vida? Você o acessa sempre?**

O Youtube é uma das maiores ferramentas de pesquisa para o meu trabalho, sempre recorro a ele para conhecer e tirar músicas.

7. **Você o utiliza no seu trabalho? Faz uso dele para divulgar suas performances? Se sim, explique-me como. Que retorno tem?**

O Youtube é um grande responsável pela divulação de meu trabalho e é também através dele que o público pode conhecê-lo e acessar vídeos de minhas perfomances musicais. O retorno que alcanço com a utilização desse site é sem dúvida fundamental para o reconhecimento do meu trabalho.

8. **Que gênero musical você acha que tem sido privilegiado com o aparecimento deste site?**

Suponho que gêneros menos comerciais são privilegiados, uma vez que os outros meios de comunicação como rádio, jornal e TV exigem muitas vezes um alto investimento e que se faça lobby. Já o Youtube é um meio de divulgação plenamente democrático, onde qualquer um pode expor seu trabalho.

Entrevista João

**9. Como Conheceu o site Youtube?**

Foi através de amigos que já utilizavam o serviço e depois me apresentaram como é que funcionava e acabei criando um canal e iniciando o processo no Youtube.

**10. Qual a importância desse site na sua vida? Você o acessa sempre?**

A importância do Youtube hoje é como meio de divulgação mais eficaz e sem nenhum custo, pelo contrário, ainda consigo rentabilizar meus vídeos e ganhar dinheiro em cima referente a cada vídeo, então são mil visualizações, um dólar. Então se você faz um material de qualidade, naturalmente você consegue visualizações e um retorno. Além da divulgação é forma que a gente tem de, no meu caso especificamente, de aprimorar meu conhecimento sobre produção musical e gravação, porque a cada dia que passa a gente começa a pesquisar novos equipamentos, e buscar novas referências. Então assim é uma forma de desenvolver um conhecimento dentro da área de produção áudio visual.

**11. Você o utiliza no seu trabalho? Faz uso dele para divulgar suas performances? Se sim, explique-me como. Que retorno tem?**

Se eu faço uso do Youtube para divulgar as minhas performances sim, com certeza, tanto as minhas quanto as dos meus alunos. É uma ferramenta que utilizo tanto de forma pessoal quanto no próprio trabalho, na escola e em outras atividades. E aí eu acabei montando uma produtora referente à criação de canais e gravação, então isso aí está ‘rolando’ tem algum tempo.

Bom a forma como eu utilizo o serviço para a divulgação é uma espécie de uma TV, só que uma TV pela internet; então eu tenho um roteiro sistematizado aonde eu gravo músicas de outros guitarristas e alguma coisa também autoral e tenho uma frequência de postagem de uma vez por semana em um determinado horário, aonde eu posto um vídeo novo. E aí já tem um número de seguidores e um pessoal que acompanha o trabalho.

**12. Que gênero musical você acha que tem sido privilegiado com o aparecimento deste site?**

Em geral não tem um gênero privilegiado, penso que a questão da qualidade tanto na parte de áudio e vídeo faz com que o vídeo, e o conteúdo também do vídeo, ele tenha um alcance maior. Então assim, não tem um gênero privilegiado, acredito que só a questão da qualidade, a produção faz com que o vídeo seja mais visualizado.

**5. Deseja falar mais alguma coisa acerca da sua utilização do site Youtube?**

Referente ao Youtube o que eu tenho para dizer é que eu recomendo, porque além de você aprimorar seu conhecimento referente à parte de produção áudio visual, você também consegue ganhar uma grana em cima, então é um meio de trabalho. Obviamente que todo início de produção você vai ter primeiro um investimento, então comprar boas câmeras, boas interfaces, entre outras coisas. Você tem que ter um equipamento na parte de produção e gravação para você usufruir de uma maneira melhor os serviços do Youtube e aí naturalmente ter uma grana de retorno.

**Anexo 3 – Cd e Dvd com as músicas mais acessadas no youtube rewind brasil de 2012 a 2015.**

- **Anexo 3 A =>Cd**
- **Anexo 3B =>Dvd**