

REFLEXÕES SOBRE A MÚSICA 2.0¹

Andre Stangl²

Centro de Pesquisa Internacional ATOPOS (ECA/USP)

Resumo

Uma análise axiológica da transformação da importância e do valor social do fenômeno musical com o advento da cultura digital. Partindo de uma busca pelas origens de nossa relação com a linguagem musical, passando por sua coisificação na era industrial e sua atual crise enquanto produto de consumo. O artigo tentará identificar os novos sentidos dos processos de criação e audição da música com as novas práticas sociais da web 2.0.

Palavras-chave

indústria musical; redes p2p; redes colaborativas; web 2.0; direito autoral

REFLEXÕES SOBRE A MÚSICA 2.0

Lembrando de ouvir

Pouco se sabe sobre a origem da música. A produção de sons não é uma característica exclusiva dos seres-humanos. Provavelmente o nosso primeiro instrumento musical foi a voz e a nossa primeira composição foi cantada. Mas não foi o som produzido que gerou a música. O mistério do nascimento da música está na primeira vez que ouvimos um som como música, o momento em que a reconhecemos como tal. Na infância da humanidade o som fez sentido e o sentido se fez música. É bem possível que a organização dos sons e a criação dos primeiros instrumentos envolvessem formas rituais e significados místicos. A música, enquanto forma de expressão, está muito próxima do pensamento mítico e até hoje temos dificuldade em expressar o que sentimos quando ouvimos e fazemos música. A mitologia pode nos oferecer algumas possibilidades de compreensão do sentido da música, muitos são os mitos que

¹ Artigo científico apresentado ao eixo temático “Entretenimento, práticas socioculturais e subjetividade”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

² Formado em Filosofia pela UFBA e mestre em Cibercultura (FACOM-UFBA). Foi professor de Filosofia, Ética e Cultura Digital na UNIJORGE (BA), pesquisador associado do Fábrika de Idéias (CEAO/UFBA), colaborador oficial do Overmundo, consultor do Programa Cultura e Pensamento (MinC) e Coordenador Social da Pontão de Cultura Digital Eletrocooperativa (SP e BA). Atualmente é pesquisador associado do Centro de Pesquisa Internacional ATOPOS (ECA/USP). astangl@gmail.com

explicam o seu surgimento e muitas são as tradições que relacionam a sua origem a alguma manifestação do divino. Na Grécia Antiga, por exemplo, uma narrativa que sobreviveu e chegou até nós, diz:

Após a derrota dos Titãs, os deuses pediram a Zeus que criasse divindades capazes de cantar condignamente a vitória dos Olímpicos. Zeus partilhou o leito de Mnemósina (a deusa da memória) durante nove noites consecutivas e, no tempo devido, nasceram as nove Musas. [...] Calíope, preside à poesia épica; Clio, à história; Érato, à lírica coral; Euterpe, à música; Melpômene, à tragédia; Polímnia, à retórica; Talia, à comédia; Terpsicore, à dança; Urânia, à astronomia. (BRANDÃO, 2000: 151)

A paisagem simbólica desse mito nos permite compreender que existe uma curiosa relação entre música e memória. Na Grécia, antes da escrita, grandes relatos, como a *Ilíada* e a *Odisseia*, eram cantados por *aedos*, que, como os nossos repentistas, ou os atuais *MCs*, conseguiram memorizar longas narrativas através do canto. Em algumas regiões da África, os *griôs* guardam o elaborado novelo de tradições milenares, repassadas oralmente de uma geração para outra através de canções. Mesmo em nosso cotidiano, muitas vezes somos levados a antigos lugares de nossa memória quando ouvimos uma determinada canção, antes ouvida numa ocasião especial. A música nos recorda o que somos, ouvi-la nos faz reconhecer algo, uma identidade, uma paixão ou uma ausência. Mas qual é a sua substância? Como reconhecemos a música como sendo música? Se olharmos para a trajetória conceitual da música na tradição ocidental, podemos compreender um pouco mais qual é o seu valor para nós hoje. Na Grécia, a busca da harmonia musical preconizada pelos pitagóricos era um dos caminhos para a compreensão matemática da realidade:

A associação entre música, número e cosmo foi comum no pensamento filosófico antigo. Com base na doutrina pitagórica, pela qual a música era vista como expressão das relações numéricas nas quais se manifesta a harmonia do universo, essa visão cósmico-metafísica teve uma existência duradoura e, incorporando e adaptando-se à visão teológica cristã, estimulou os mais importantes pensadores até, pelo menos, o Renascimento. (CAMBRIA, 2008: 69)

Profundas e misteriosas são as relações entre os números e as coisas. Sistemas milenares como a Cabala, a Numerologia, o I Ching e a Astrologia expressam formas simbólicas de construção de sentido através de representações numéricas. Não deixa de ser curioso observar que a atual digitalização do mundo também parte de princípios matemáticos, o Mp3 também é uma forma de representação numérica da música.

A cultura do som

A música, enquanto fenômeno físico, se manifesta através do som. Sons esses que são “culturalmente organizados”, dando origem ao que chamamos de música (cf. PINTO, 2001). Como disse Alan Merriam: “*Música não é apenas som. Música é também [...] a intenção de fazer sons, é a mobilização de grupos para fazer sons, é a indústria de fabricação, distribuição e propaganda sobre música*”. (MERRIAM apud SEEGER, 2008: 20). Não existe sentido no som fora da cultura, somente a cultura nos permite perceber um som como música, a cultura do som é ser música. Segundo Alphons Silbermann:

[...] a música considerada como atividade íntima de um compositor, de um músico, de um amador que assovia para si mesmo considerada enfim como uma atividade estritamente íntima, não tem o menor valor real. É somente se objetivando, tomando uma expressão concreta, uma atmosfera, que ela toma um valor sociológico real, que ela exprime alguma coisa que quer ser compreendida e que suscita um efeito social. (SILBERMANN apud JAMBEIRO, 1975: 2)

A música, então, só pode ser entendida enquanto parte de um contexto cultural, como nos lembra Curt Sachs: “*A música não é uma língua universal, nem é uma língua que fala imediatamente e de forma igual a todos os homens*”. (SACHS apud PIANA, 2001: 41). No mundo ocidental, foi só depois da aproximação cultural provocada pela antropologia que começamos a perceber outras manifestações culturais como musicais. Ainda que alguns resquícios do etnocentrismo colonial sobrevivam em alguns cadernos culturais, hoje, nossa percepção do que seja uma manifestação musical abarca muito mais possibilidades e contextos culturais. Com a Internet, então, os limites de nossas fronteiras culturais são claramente, cada vez mais, o resultado de nossas escolhas. Não persistindo mais nenhuma justificativa para classificar gostos musicais, que não seja a identificação subjetiva do ouvinte, especializado ou não. Em outras palavras, ainda que se discuta o gosto, a escolha não é entre o bom e o mal gosto, mas sim a opção entre um ou outro valor musical culturalmente compartilhado.

Com as novas práticas de produção e circulação de música, talvez o sentido da música nos reencontre. Nesse caos polifônico digitalizado, talvez o valor da música ressurgja longe do plástico de sua antiga embalagem. Um valor que não é mais apenas o seu preço enquanto mercadoria, mas sim o seu real valor enquanto bem cultural. Parece inevitável dizer que o suporte físico da música morreu. Não precisamos mais do cd, nem do vinil, nem da fita-

cassete para consumir música. Essa desmaterialização da forma de circulação da música transforma diretamente o modo como percebemos e produzimos música. No novo contexto da cultura digital, a música pode se desterritorializar e multiculturalizar. Essa recontextualização de seu sentido cultural representa um dos principais desafios do mundo contemporâneo, ou seja, a possibilidade do crescimento de uma nova consciência humana em escala planetária. Sim, a música produzida no mundo de hoje pode, por fim, ajudar a diminuir a distância e o estranhamento entre culturas diferentes. Experiências como a *West-Eastern Divan Orchestra*, criada pelo maestro Daniel Barenboim e por Edward Said, que reúne jovens músicos judeus e árabes, poderiam ser facilmente reproduzidas em ambientes digitais e as consequências sociais desse tipo de convivência musical com certeza seriam muito positivas. Um dos principais motivos da discriminação cultural é o interesse econômico. Barreiras são criadas e estratégias de massificação de produtos culturais - ou seja, aquilo que também nos habituamos a chamar de “imperialismo” - ainda persistem na cambaleante indústria cultural.

Fabricando sons

Na modernidade, a música despenca do céu e é transformada em produto e mercadoria. O surgimento das técnicas que permitiram a gravação, a reprodução e a distribuição de música através de suportes físicos, aliado ao desenvolvimento industrial e ao crescimento dos meios de comunicação de massa (rádio, televisão) e da publicidade/propaganda mudaram totalmente a forma como nós percebíamos a música (cf. JAMBEIRO, 1975). Trocamos toda uma epifania de sensações e revelações que a audição da música nos provocava no mundo pré-moderno, pelo que muitas vezes se limita a ser uma pífia sensação de satisfação no mundo do consumo. A transformação do valor social e cultural da música, no mundo ocidental, está intimamente relacionada à ascensão da visão materialista que predominou no mundo moderno.

Aprendemos com a industrialização da cultura a consumir música em nossas casas, no rádio, na vitrola e na televisão. Nem sempre foi assim, nas tradições orais a transmissão da informação musical se dava de pessoa a pessoa, ou seja, alguma presença era fundamental para que existisse algum tipo de troca. Com a escrita e a codificação dos sons, a informação musical pôde se propagar no tempo e no espaço, mas ainda dependia de algum tipo de execução humana para ser percebida como música. Foi através de aparelhos como o

fonógrafo (1877) e o gramofone (1887) que a nossa relação com a música começou a ser mediada pelas máquinas. Como disse McLuhan, os aparelhos sonoros se tornaram extensões de nossos ouvidos e bocas (cf. MCLUHAN, 2001). Mas esse tipo de execução, via aparelhos, sempre nos deu a impressão de não ser tão “viva”, quanto a execução da música “ao vivo”. Ainda que boa parte de nossa relação com a música se desse de forma virtualizada em rádios e toca-discos, o culto ritual do show ao vivo, ainda persiste como pacto dionisíaco da catarse coletiva. Foi somente com o crescimento da cultura dos djs que começamos a notar que a música se mantém viva mesmo que sua execução se dê através de máquinas. A diferença está na capacidade de envolvimento coletivo que um meio de transmissão informativa é capaz de gerar.

O contexto digital

O surgimento do mp3 e da banda larga propiciaram a criação de uma grande diversidade de novas formas de circulação da informação musical, redes p2p (Napster, Audiogalaxy, Souseek, Emule, Kaaza, LimeWire, Nicotine, BitTorrent e etc), blogs (que disponibilizam arquivos através de servidores como rapidshare, megaupload, Badongo e etc.), redes sociais (MySpace, Youtube, Last.fm, Jango, Orkut, ccMixter e etc.), netlabels (Kosmic Free Music Foundation, Five Musicians, Monotonik, Tokyo Dawn Records, Trama Virtual, Eletrocooperativa, Sellaband e etc), portais de comerciais (iTunes, Sonora, Wal-Mart, Megastore, etc.), acervos on-line (Internet Archive, Overmundo, Domínio Público e etc.), podcasting, rádios on-line, além dos sites e blogs pessoais dos próprios artistas. Todas essas novas formas colocaram em xeque as formas industriais de circulação, controle e distribuição de música. Como diz Gerd Leonhard:

Estamos rapidamente nos aproximando de um ponto no qual seremos forçados a mergulhar naquilo que gosto de chamar de “Música 2.0” – um novo ecossistema que não é baseado na música como produto, mas na música como serviço: primeiro vendendo acesso, e somente depois vendendo cópias. Um ecossistema baseado na onipresença da música, e não na escassez. Um ecossistema baseado na confiança mútua, não no medo. [...] os perdedores construíram lojas digitais, e os vencedores desenvolveram vibrantes comunidades baseadas na música. Os perdedores construíram jardins cercados, enquanto os vencedores ergueram praças públicas. Os perdedores estavam ocupados guardando sua propriedade intelectual, enquanto os vencedores estavam ocupados conquistando a atenção de todos. (LEONHARD, 2008: 156)³

³

Tradução: Juliano Polimeno

A chamada “Música 2.0” estimula novas formas de relacionamento entre quem produz e quem consome música. Nesse quadro, o papel dos intermediários sofre mudanças radicais em sua influência política e econômica. Conglomerados que antes estimulavam formas massivas de consumo musical numa cadeia produtiva que associava música, cinema, televisão, moda e comportamento, hoje são forçados a rever suas estratégias.

A posse coletiva

Uma característica interessante desses novos modelos de circulação de música são os novos caminhos que estão surgindo para o compartilhamento do sentido e do valor cultural do bem musical. Por exemplo, apesar de estar cada vez mais fácil trocar grandes volumes de arquivos musicais - via rede ou mesmo via hds portáteis, pendrives e tocadores de mp3 -, para os “proprietários” de vastos acervos digitais de música, de nada adianta a quantidade exorbitante que hoje em dia podem acumular, pois explorar esses acervos está se tornando uma tarefa quase impossível. De que nos adiantam hds de gigabytes e terabytes que acumulam mais informações do que somos capazes de organizar? Estamos perdendo o controle sobre o que “possuímos”, com isso o sentido da posse também está mudando. As redes p2p (peer-to-peer) estão permitindo o surgimento de um novo tipo de “posse”, a posse compartilhada. Nesse ambiente, o upload e o download são a nova face da máxima franciscana “dar para receber”: quem tiver mais a oferecer tem mais acesso. Se todos os participantes da rede só baixassem arquivos, a rede não existiria. Aqui, a generosidade ressurge como valor, sendo inclusive estimulada. Em redes de torrents, por exemplo, a velocidade do download é progressivamente proporcional aos bytes compartilhados. Vale lembrar que a “troca-dádiva”, estudada por Mauss, representava (ou representa?) também uma complexa forma de ascensão social.

Assim como não há mercados de compra e venda na maioria dessas comunidades arcaicas, as ofertas, os presentes e as visitas não são, de forma nenhuma, desinteressados. No prefácio do próprio Ensaio, Mary Douglas afirma que se trata de uma teoria sobre a solidariedade humana; no entanto, cita uma declaração marcante de Mauss: “*Presente puro? Nonsense!*”. Portanto, presentes ou serviços que se apresentariam à primeira vista na forma de ofertas voluntárias fazem parte de uma organização que torna a reciprocidade uma obrigação. É importante ressaltar que não há equivalência, mas sempre ofertas cada vez maiores, num pacto onde um dos indivíduos sempre está em dívida com outro. A honra, a reputação e o reconhecimento se tornam fatores fundamentais para o funcionamento das sociedades analisadas. Como dons, são definidos objetos e ações tão diferentes quanto presentes, cerimônias, serviços, esmolas, visitas, o consumo e a destruição de bens valiosos. Segundo a teoria, dispor de um bem, seja ofertando-o ou destruindo-o, é a base para a formação de alianças e geração de respeito.

Permeados sempre por significados simbólicos diversos, os contratos são feitos com base na oferta. Dispor de um objeto significa fazer um pacto. (WIKIPEDIA, 2008)

Assim, no atual processo de transição da sociedade pós-industrial, o “ter” está deixando de ser um diferencial, pois, no mundo digital, podemos reconfigurar nossos avatares de modo a mascarar nossas limitações no plano físico. No caso da música, não é possuir esse ou aquele arquivo musical que vai fazer diferença, a diferença está em saber o que significa aquela informação. Na rede, poucos são os arquivos raros e a sua raridade só tende a diminuir. Quando um arquivo ou informação musical se torna interessante, multiplicam-se os espaços onde se pode encontrá-lo. No meio digital, não faz sentido a regra que valoriza objetos raros, como acontece num sebo, quando um exemplar raro de um disco fora de catálogo pode valer muito mais do que um similar que não é tão raro. Esse culto, que ainda hoje persiste entre colecionadores, é um resquício da famosa “aura” citada por Benjamin (cf. 1985). Essa lógica exclusivista durante muito tempo alimentou, e em alguns casos ainda alimenta, o prazer aristocrático de ter o que ninguém tem, como se isso por si só bastasse para ser o que ninguém consegue ser.

Patrimônio musical

O valor da música, enquanto mercadoria, é regulado pela cruel relação entre o estímulo ao consumo e o desejo de ter, relação essa que é alimentada pela mídia e pela publicidade. Na sociedade de consumo boa parte da realização do indivíduo está no poder de consumo: somos o que podemos ter. Nessa lógica, a diferenciação e a demarcação dos territórios simbólicos se dá pela aquisição de bens caros, exclusivos e pouco acessíveis. Se antes a distância social era medida pelo grau de consanguinidade, o “sangue azul” dos sobrenomes aristocráticos perde o poder com a ascensão da burguesia capitalistas, os novos ricos que compram seu valor na sociedade de consumo.

Mas então o que significa hoje o valor de algo? Porque chamamos de bens materiais aquilo que possuímos? Um dos últimos filmes de Orson Welles, “F... for Fake”, nos leva através de um labirinto de espelhos a refletir sobre o valor da arte. Um suposto falsário, Elmyr de Hory, pinta quadros tão belos e bons quanto o originais de Pablo Picasso ou Modigliani. O que pode tornar um quadro de Elmyr real e valioso ou falso e descartável? Somente um perito pode dizê-lo, mesmo que muitas vezes ele vá validar o falso e recusar o autêntico, uma vez

que seus critérios, por mais técnicos que pareçam ser, são, em última instância, subjetivos. Segundo Edward Said:

Autenticidade também tem a ver com justificar o presente em relação ao passado. Em outras palavras, se eu digo que isso é autêntico, também estou dizendo que é verdadeiro. Os cristãos estão sempre buscando pedaços da cruz verdadeira. Portanto, a autenticidade sempre tem a ver com alguma coisa no presente. É errado pensar que ela tem a ver com o passado. Ela diz respeito ao presente e à maneira como o presente vê e constrói o passado e decide que passado deseja ter; é preciso ter certo tipo de passado. Veja o desejo de "autenticidade" na execução da música do século XVIII. (BARENBOIM E SAID, 2003: 132-3)

No mercado das Artes Plásticas, a autenticidade é um sentido em si, e o valor tátil pode muitas vezes superar o sentido do que diz a tela. Ninguém se esforçaria para roubar e revender fotocópias de Di Cavalcanti, podemos achar mais de 140 mil Monalisas digitais no Google Imagens, mas nada se compara a experiência de estar a poucos metros da original no Louvre, em Paris. Por que isso? Porque conhecemos a história por trás daquele quadro, alimentamos seu mito e se não tivéssemos informação alguma sobre ele, não o distinguiríamos de suas cópias, nem o valorizaríamos mais ou menos que outros quadros.

Podemos dizer que a nossa percepção do que seja valioso tem algo de próximo ao que percebemos ser nós mesmos. Uma experiência única e irreproduzível. Esse valor varia de uma cultura para outra, uma vez que a cultura ajuda a definir o que somos. Mas em nossa atual cultura global e digital, o valor está escondido, velado sobre camadas de frases feitas, links frágeis e redes pseudo-sociais. A música deixou de ter o valor de transformar nossas vidas, nada é novo, porque tudo é novidade. A acumulação de informação musical se tornou um problema, quase nos levando à saturação do gosto por música, um acesso excessivo que parece banalizar o precioso ritual da audição.

A música, antes de ser produto, é um bem cultural e social. Na era digital não precisamos mais de gravadoras com modelos industriais de produção e circulação de música. A música, como linguagem, pode ser a primeira a se reposicionar como uma verdadeira cadeia de valor aberta e geradora de riqueza social e cultural. E com isso, quem sabe, ajudar a influenciar as novas lógicas de comércio no século XXI. Comércio aqui entendido como estabelecimento de relação de troca que seja justa para as partes integrantes do processo e que podem envolver também dinheiro como valor simbólico de troca, ou estabelecer outras formas.

Mas de que forma esses novos contextos podem nos ajudar a repensar as clássicas

noções de autoria, criação e propriedade intelectual? Essas noções estão intimamente ligadas ao que entendemos como “sujeito”, “eu” e “indivíduo”. Elas fazem sentido dentro do contexto da sociedade industrial. Segundo Malm:

Os direitos de propriedade intelectual amparados por tratados internacionais e pela maior parte das legislações nacionais se referem a obras de pessoas individuais. Isso se baseia na noção romântica do gênio solitário, que cria uma obra de arte exclusivamente a partir de sua criatividade. Essa era a noção preponderante na Europa no momento da introdução dos direitos de propriedade intelectual no século XIX. Essa noção, evidentemente, não é correta. Pelo contrário, qualquer item “musical” é produto da combinação da criatividade de vários indivíduos. Toda peça musical pode ser situada em uma escala entre individualidade total e generalidade total, isto é, fórmulas tradicionais e elementos que todos conhecem. Como é óbvio, os pontos extremos desta escala devem ser considerados somente como posições teóricas. (MALM, 2008: 87-8)

Na sociedade industrial, as “criações” são compreendidas como produto, passíveis de comercialização, distribuição, controle e posse. No contexto da cultura digital, a criação pode ser percebida como um ato coletivo, não temos mais a necessidade de alimentar a idéia do “sujeito” que cria sua arte para a auto-expressão. A criação cada vez mais se aproxima das formas coletivas de produção, na chamada web 2.0, como acontece, por exemplo, na Wikipedia. Não que estejamos caminhando para a indiferenciação, muito pelo contrário, no ambiente da sociedade de rede, a horizontalização das relações abre o espaço para que a multiplicidade e a diversidade das manifestações culturais se propague em escala global. A música é maior que o músico, mas no materialismo secular da sociedade de consumo, cultuamos o artista, deslocando a musa de seu lugar sagrado. Elevados à condição de semi-deuses, os artistas se esquecem de si e cultuando-os nos esquecemos de nós mesmos.

Referências bibliográficas

BARENBOIM, Daniel e SAID, Edward W. **Paralelos e Paradoxos: Reflexões Sobre Música e Sociedade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. In: _____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura** – obras escolhidas - volume 1. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 165-196.

BRANDÃO, Junito de Souza. **Dicionário Mítico-Etimológico da Mitologia Grega**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

CAMBRIA, Vincenzo. “Música e Alteridade”. In: ARAÚJO, Samuel; PAZ, Gaspar e CAMBRIA, Vincenzo (org.). **Música em Debate: perspectivas interdisciplinares**. Rio de Janeiro: Mauad X / FAPERJ, 2008, p. 65-72.

JAMBEIRO, Othon. **Canção de massa: as condições da produção**. São Paulo: Pioneira, 1975.

LEONHARD, Gerd. **Music 2.0 - essays by Gerd Leonhard**. Finland: Mediafuturist, 2008.

MALM, Krister. “A expansão dos direitos de propriedade intelectual e a música - uma área de tensão”. In: ARAÚJO, Samuel; PAZ, Gaspar e CAMBRIA, Vincenzo (org.). **Música em Debate: perspectivas interdisciplinares**. Rio de Janeiro: Mauad X / FAPERJ, 2008, p. 87-98.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (1964). São Paulo: Cultrix, 2001.

PIANA, Giovanni. **A Filosofia da Música**. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2001.

SEEGER, Anthony. “Etnomusicologia/Antropologia da Música - disciplinas distintas?”. In: ARAÚJO, Samuel; PAZ, Gaspar; CAMBRIA, Vincenzo (org.). **Música em Debate: perspectivas interdisciplinares**. Rio de Janeiro: Mauad X / FAPERJ, 2008, p. 19-24.

OBRAS DISPONÍVEIS NA INTERNET

PINTO, Tiago de Oliveira. Som e música. “Questões de uma antropologia sonora”. **Revist. Antropol.**, São Paulo, v. 44, n. 1, 2001. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012001000100007&lng=en&nrm=iso>.
Acesso em: 20 mai 2008.

WIKIPÉDIA. Economia do dom. (2008). Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia_do_dom>. Acesso em: 5 jun 2008