

Pensando a cena musical a partir dos territórios informacionais

Thinking music scenes through informational territories

Bruno Pedrosa Nogueira

Professor adjunto no Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal da Bahia, com pós-doutorado em Comunicação Social pela UFPE)

Resumo

O virtual é um espaço de práticas que é transversal a todas as configurações de cenas culturais. No entanto, a partir da perspectiva de sua fusão com o espaço físico, como é proposto por Pierre Lévy, passamos a pensar o virtual também no contexto da mobilidade. E quando produzimos e acessamos este conteúdo desta forma, damos sentido aos chamados territórios informacionais. A partir de um passeio por esses territórios e uma revisão bibliográfica das noções de cena e mídias locativas, a proposta deste artigo é mostrar como esta prática social – a de gerar marcações virtuais associadas a um local – nos permite observar e identificar novas cenas musicais que não têm um suporte midiático tradicional, como discos, imprensa e espaços de convivência bem delimitados, como casas de show e bares.

Palavras-chave: cenas musicais; territórios informacionais; internet.

Abstract

The virtual space is a practice that cuts across all settings of cultural scenes. However, from the perspective of its merger with the physical space as proposed by Pierre Lévy, we began to think also in the context of virtual mobility. And when we produce and we access the content this way, we sense the so-called informational territories. From a tour over these territories and a literature review of the concepts of scene and locative media, the purpose of this article is to show how this social practice – to generate virtual tags associated to a site – allows us to observe and identify new music scenes that has no traditional media support, such as discs, press and living spaces well delimited like venues and bars.

Keywords: music scenes; informational territories; internet.



LUGAR E TERRITÓRIO NAS CENAS MUSICAIS

A cena musical é algo que faz parte do imaginário da música pop como um todo. Falar de músicos e bandas pressupõe falar de público, do encontro dessas pessoas em shows, lojas de discos, bares e outros lugares que propiciem trocas de experiências em torno da música. Se podemos entender que a música é um grande mobilizador social – conhecemos novas pessoas, criamos relações e pautamos uma parte de nossa sociabilidade com base na trilha sonora que nos acompanha –, a cena talvez seja um ponto de materialidade de todas essas ideias. Um ponto de observação seguro, inclusive, para a compreensão de diversas práticas que estão relacionadas à produção, à circulação e ao consumo de produtos musicais.

Sendo assim, é natural que diversas pesquisas tratem de dar sentido à compreensão das cenas musicais. Como faz, por exemplo, Will Straw, da Universidade de McGill, no Canadá, ao afirmar que essas cenas são “um espaço cultural em que várias práticas musicais coexistem interagindo entre si com uma variedade de processos de diferenciação” (1991, p. 494). Ainda segundo Straw, as cenas podem ser distinguidas de acordo com a sua localização (a cena pernambucana); o gênero da produção cultural que lhes dá coerência (cena punk); ou a atividade social da qual ela toma forma, como uma cena de cineastas (2013, p. 12).

22

Essa noção passa a ser processada, atualizada e representada por pesquisas como a de Janotti Junior e Almeida (2011), que afirmam, por sua vez, que “podemos supor que o que caracteriza uma cena musical são as interações relacionais entre música, dispositivos midiáticos, atores sociais e o tecido urbano em que a música é consumida” (2011, p. 10). A ideia é tensionada a partir de questionamentos propostos por pesquisadores como Micael Herschmann, que reivindica o uso do termo circuito musical ou então de territorialidade sônico-musical; ou Felipe Trota, que problematiza o enquadramento midiático dado pela percepção das cenas e a dificuldade de adequá-lo a produções de cultura folclórica e popular.

Entre esse espaço de tempo e reflexões sobre o que caracteriza uma cena musical, se evidencia um raciocínio de que a cena é algo relacionado com frequência a um local. Straw defende que a cena “é um meio de falar da teatralidade da cidade – da capacidade que a cidade tem para gerar imagens de pessoas ocupando o espaço público de forma atraente” (2013, p. 12). Quando conseguimos associar um determinado gênero musical a uma cidade, como acontece com o grunge e a cidade de Seattle, nos Estados Unidos, ou o samba e a cidade do Rio de Janeiro, isso acontece muitas vezes pelo reflexo de uma cena. Algo que envolve músicos, produtores, público, imprensa especializada e outros agentes – tal qual uma cadeia produtiva – que trabalham e se comunicam em torno de determinados produtos musicais.

Dito isso, é importante reforçar ainda que certas identidades culturais não partem exclusivamente ou mesmo especificamente de ações desses agentes. Em determinados casos, como acontece com o frevo e a cidade de Olinda, são esforços de disputas políticas e demandas de entidades organizadas, mas



que não representam uma realidade musical cotidiana do lugar. Quem for a Olinda fora do período do carnaval, por exemplo, terá dificuldade para ver apresentações de frevo nas ruas ou em espaços fechados, seja de iniciativa pública, seja privada. Não existe uma relação multilateral, no sentido do esforço da criação e consolidação de uma cena do frevo nesse raciocínio mais clássico.

Como já foi dito, a ideia de gênero musical, por mais que seja um artifício de classificação associado com frequência a práticas do mercado do entretenimento das indústrias culturais, é também um ponto seguro para pensar as cenas. Quase sempre uma determinada cena é nomeada a partir de um determinado gênero musical. O musicólogo Franco Fabbri define gênero musical como um “conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é governado por um conjunto de regras abertamente aceitas socialmente” (FABBRI, 1982, p. 52). Essas regras sociais vão desde os aspectos formais da música, como arranjo e melodia, a questões comportamentais, econômicas e jurídicas (TROTTA, 2008).

Os Estudos Culturais, desde sua fundação, trabalham a hipótese de uma construção de identidade distante da relação com o território, impulsionado por lógicas pós-modernas (JAMESON, 1984; HALL, 2005), hipermodernas (LIPOVETSKY, 2004) e assim por diante. A definição de gênero apresentada por Fabbri ajuda a encontrar regras sociais bem delimitadas a partir de relações globais (o heavy metal pode ser identificado no mundo todo pelas construções harmônicas e melódicas) e locais (em determinados países, o ouvinte de heavy metal pode se vestir e se comportar de maneira diferente do que é praticado em outros países, como pode ser observado no documentário *Global Metal*, que mostra diferentes manifestações do gênero no mundo). A massificação da música pop tende a deixar, com o tempo, relativas questões referentes a território ao ponto que, em um determinado país, inclusive, uma banda pode não ser considerada pertencente a um gênero, da mesma forma que é reconhecida em outros países.

É nesse ponto de tensão que as cenas musicais parecem ganhar um refinamento próprio e distante da ideia de gênero. Existe uma compreensão geral entre os integrantes de determinadas cenas sobre as regras sociais específicas, muitas vezes invisíveis, relacionadas diretamente à legitimação de músicos e bandas. Tocar música do gênero punk rock, por exemplo, não faz daquele artista um integrante reconhecido, respeitado e legitimado pela cena punk. Bennet e Petterson (2004) apresentam uma tipologia de cenas musicais que ajuda a entender melhor essas diferenças, quando categorizam, por exemplo, o que chamam de cenas “translocais”, onde existe uma relação cultural e econômica mais evidente que a relação local entre os integrantes de uma determinada cena.

Portanto, o que caracteriza determinados gêneros, como o forró, em sua prática associada a uma cidade ou outra, também estaria de certo modo relacionado ao que determina aquela cena especificamente em uma cidade. Por exemplo: se o forró pé de serra – gênero marcado pela junção dos instrumentos sanfona, triângulo e zabumba, com letras que remetem a um imaginário interiorano do campo –, na



cidade do Recife, não se reconhece em práticas de escuta e socialização reconhecidas como jovens – uma alta frequência de festas, letras que remetem a questões mais contemporâneas e menos ao passado –, essas seriam sim as características de uma cena musical do forró. Algo que vai além das noções estéticas – os arranjos, as letras etc. – e das práticas de mercado – das lógicas de produção e circulação dos produtos gerados.

Todas essas questões remetem a uma formação da identidade cultural de uma cena, o que tem um embasamento midiático bastante seguro. Estejam as cenas associadas a gêneros, territórios ou atividades, de uma forma geral, é fácil perceber as limitações que estão postas na mídia de massa. Não é por acaso que um desafio atual é conseguir encontrar os limites de uma cena que atende a segmentos que são tão restritos ao ponto de não terem sido cooptados pela mídia tradicional. Tratando de experimentações culturais ou práticas sociais que não traduzem tanto uma relação com o território, se aproximam de gêneros definidos pelo mercado ou de qualquer atividade formalmente reconhecida.

Para compreender o questionamento posto aqui, facilita a metáfora da porta de entrada para uma determinada cena cultural/musical. Geralmente, ela está presente em um disco, uma revista especializada ou uma casa de show, algo que consiga ativar a sociabilidade existente na relação entre um produto cultural e seus consumidores. Transitar pela vida noturna de uma cidade, entretanto – e como será ilustrado mais adiante –, é perceber certas aglomerações que trazem o rastro de uma cena, mesmo que não acolhida midiaticamente ou automeada como tal.

Isto, de fato, é algo bastante comum a partir das novas práticas de produção, circulação e consumo que surgem na música em meados da década de 1990, quando a popularização dos computadores pessoais e do acesso à internet passou a desafiar a lógica de consumo massivo. O mercado segmentado, formado por plataformas de e-commerce [1], evidencia diferentes e curiosos produtos nas mais diversas áreas, incluindo aí também a cultural. Da mesma forma que muda o acesso a este conteúdo, muda como as pessoas passam a se configurar em torno deles.

É o que Bennett e Petterson vão propor ao falar, por exemplo, das cenas virtuais (2004), onde o público passa a se conectar pela internet em torno de lógicas de mercado e propostas estéticas. Uma forma de prática social semi-individualizada a partir de trocas de e-mails e mensagens em softwares sociais como o Facebook e o Twitter. Neste caso, o computador não é ainda um ponto de acesso à cena: ela ainda se configura em torno de produtos culturais que têm um impulso midiático evidente. A internet surge como um apoio a uma dificuldade evidente, que é o distanciamento geográfico do público dessa cena, o qual pode vir a se encontrar e superar essa questão.

Tendo sido proposta em 2004, a percepção de cena de Bennett e Patterson é, hoje, questionada com mais frequência, em razão das mudanças por que passou a internet desde o início de sua popularização, em meados da

década de 1990. Uma das questões centrais é o fato de que é difícil imaginar uma cena musical que não utilize extensivamente os recursos que seriam exclusivos de uma cena virtual, como coloca Simone de Sá na afirmação a seguir.

Dito de outra maneira, minha premissa é a de que, ao se transportar para o ambiente digital, qualquer cena vai ser convocada a considerar as especificidades – estéticas, técnicas e econômicas – deste novo ambiente. Trata-se, assim, de um processo altamente complexo que pode deixar marcas e transformar de maneira definitiva a própria identidade de uma cena local ou translocal (DE SÁ, 2013, p. 32).

Ainda segundo a autora, seria mais interessante, no contexto atual, uma percepção das cenas como redes sociotécnicas, “constituídas por múltiplos mediadores que atravessam incessantemente as fronteiras do mundo off-line e on-line” (2013, p. 37). O sentido do virtual na cena se fragmenta, e a rede mundial de computadores ajuda, inclusive, a dar sentido material a segmentos até então restritos ou improváveis de acontecer, como uma ampliação de uma cena k-pop, a música pop japonesa que não está inserida na mídia de massa na região Nordeste do Brasil.

Porém, com o passar do tempo, a internet ganhou uma dinâmica de mobilidade, podendo ser acessada em qualquer lugar por redes WiFi, 3G e 4G. Os mesmos dispositivos de acesso móvel, como os celulares e os tablets, também se reconfiguram em aparelhos de produção de conteúdo e, como consequência, presenciamos o surgimento de etiquetas virtuais espalhadas por um território até então geográfico. São fotos, vídeos, *hashtags* e outras possibilidades criadas por aplicativos que propõem novas formas de pensar a territorialidade.

Com isso, encontramos também uma nova perspectiva para repensar o virtual nas cenas musicais, com base na metáfora de sua fusão com o espaço físico, como é proposto por autores como Pierre Lévy e André Lemos (2010). A produção de conteúdo em tempo real e a formação dos territórios informacionais, como veremos mais adiante, se transformam em porta de acesso para novas possibilidades de cartografias culturais, possibilitando observar práticas sociais e culturais que não foram ainda cooptadas pela música.

O IMPACTO DOS TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS

Um dos desafios apresentados pela consolidação da cultura digital é pensar as territorialidades. Sempre foi uma das grandes expectativas da cultura conectada em rede que a sociabilização acontecesse em novos territórios virtuais, que não teriam exatamente ligações políticas e econômicas com o espaço geográfico onde as pessoas, conectadas através de dispositivos, de fato estavam. Um ambiente de trocas mais livres, sem os intermediários clássicos, como instituições de ensino e a mídia de massa. Segundo Lemos e Lévy, estaria em jogo uma nova esfera pública, “essa nova esfera pública digital não é recortada mais por territórios geográficos (os seus cortes relevantes correspondem antes às línguas, às culturas e aos centros de interesses)” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 13).

Essa possibilidade está diretamente ligada à proposta do fim do polo clássico de emissão da mensagem característico dos meios de comunicação de massa. Algo que, mais tarde, chega a uma nova proposição de configuração de sociedade, que os autores identificam como pós-massiva. Segundo eles:

As funções pós-massivas, por sua vez, caracterizam-se por abertura do fluxo informacional, pela liberação da emissão e pela transversalidade e personalização do consumo da informação. [...] Sendo assim, as funções pós-massivas não se preocupam necessariamente em atingir grandes “audiências”, o hit, mas estariam mais preocupadas em suprir “nichos”, criando o que Chris Anderson (2006) chamou de “cauda longa”, ou seja, a possibilidade de oferta de inúmeros produtos para poucos [...] Vemos essas funções pós-massivas em blogs, softwares livres, podcasting, wikis, microblogs, mapas interativos (Google Maps e outros) etc. (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 49).

Todas essas práticas tencionam as possibilidades de pensar territórios e territorialidades. O território tem compreensões multidisciplinares que o definem em função de dimensões locais (geográficas e naturais), econômicas (o que se produz no território e quem o faz), simbólicas (relações culturais e afetivas entre grupos e indivíduos) e sociopolíticas (relações de poder entre quem domina e é dominado), enquanto as territorialidades tentam fazer uma soma de todos esses fatores.

O conceito de territorialidade refere-se, então, às relações entre um indivíduo ou grupo social e seu meio de referência, manifestando-se nas várias escalas geográficas – uma localidade, uma região ou um país – e expressando um sentimento de pertencimento e um modo de agir no âmbito de um dado espaço geográfico. No nível individual, territorialidade refere-se ao espaço pessoal imediato, que em muitos contextos culturais é considerado um espaço inviolável. Em nível coletivo, a territorialidade torna-se também um meio de regular as interações sociais e reforçar a identidade do grupo ou comunidade (ALBAGLI, 2004, p. 27).

Pensar territórios é uma ação que ganha um novo grau de complexidade com as mídias móveis. Quando passamos a carregar *smartphones*, *laptops* e *tablets* em nosso caminho, somos constantemente bombardeados por pontos de acessos à informação que fazem parte da paisagem urbana, como é o caso das redes WiFi. Uma mesma loja onde são vendidos livros e filmes permite que seus clientes utilizem computadores em uma rede que dá acesso a esse mesmo conteúdo de forma gratuita, mesmo que muitas vezes ilegalmente. Essa rede também permite que eles tenham acesso a novos intermediários que podem influenciar o que comprar ou não comprar. Conforme observam Lemos e Lévy, com essas práticas se consolidam um território informacional: “Assim, nas cidades contemporâneas, os tradicionais espaços de lugar estão, pouco a pouco, se transformado em ambiente generalizado de acesso e de controle da informação, territórios informacionais criando zonas de conexão no espaço urbano” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 122).

Além dessas mudanças mais evidentes, como a ilustrada da loja de livros e discos, os dispositivos móveis e as redes urbanas de acesso à internet estão transformando a forma como nos relacionamos com as cidades. Tanto em uma nova perspectiva de cidadania, quando passamos a compartilhar conteúdos de pura vigília urbana – fotos de buracos nas ruas, de descasos públicos etc. –, quanto em práticas mais superficiais do cotidiano. Por exemplo, quando compartilhamos fotos ou vídeos que indicam que estávamos em um determinado evento cultural e, a partir das marcações territoriais, identificamos novas pessoas que também estavam lá, promovendo então novas possibilidades de formação de comunidades a partir de práticas sociais anteriores a essas novas mídias.

Com aplicativos de foto, vídeo, áudio e mapa, estamos criando novas marcações urbanas, agregando um conteúdo simbólico que será percebido principalmente por usuários dessas mesmas mídias móveis quando estiverem em trânsito. De volta ao exemplo da loja de livros e discos, a rede sem fio que permite ao cliente acessar a internet também permite que ele publique e indique livros que comprou ali; ao ser percebido por outras pessoas que consomem o mesmo gênero literário, pode passar a interagir de uma forma que será apenas visível para os usuários dessas mídias. Essa é uma ação impulsionada por um território, mas que não está necessariamente presa a ele.

A circulação livre de informação no espaço urbano promove uma desterritorialização global. Como afirmam Lemos e Lévy, essas mídias locativas “estão criando, pelo interessante imbricamento do ciberespaço aos espaços concretos, novos pertencimentos locais, novas significações no espaço físico e novos vínculos comunitários” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 62). Essas práticas abrem uma perspectiva de descoberta do espaço físico que supera a agenda pautada pela mídia de massa. Andar por um território com seu dispositivo atento a essas marcações permite entrar em contato por meio de um agendamento criado pelo próprio público.

Até então, vários dos principais suportes que dão materialidade à cena estão relacionados a estruturas mais formais. Por exemplo: uma casa de show onde bandas de um determinado gênero se apresentam ou matérias publicadas em um jornal que falam onde estão o público, o artista, os produtos e os aparelhos culturais associados. Mas os territórios informacionais abrem a perspectiva de identificar manifestações que ultrapassam essas formalidades. Com geolocalização, *hashtags* e outras marcações feitas por aplicativos, encontramos festas, shows e manifestações que ainda não foram apropriadas nem pela mídia nem por outros dispositivos da indústria da música. Encontramos uma possibilidade de mapear novas cenas musicais.

UM PASSEIO PELOS TERRITÓRIOS INFORMACIONAIS

Observar as cenas com base em seu suporte midiático – sejam os discos, sejam os espaços para shows, seja a imprensa especializada – não deixa de ser uma perspectiva mais limitada. Martín-Barbero sustenta a afirmação de que “analisar relatos é estudar processos de comunicação que não se esgotam nos dispositivos tecnológicos, porque remetem desde aí mesmo à economia do imaginário coletivo” (2004, p. 160). É também Martín-Barbero, ao analisar principalmente as novelas do rádio, que vai lembrar a importância do uso social da mídia e como aquele produto se transforma em práticas muitas vezes não programadas.

Martín-Barbero evoca o imaginário urbano construído com base na oralidade e na apropriação popular de práticas midiáticas. O suporte de mídia – o rádio, a TV – assume um papel secundário quando se divide entre conteúdo e dispositivo que é capaz de agregar família, vizinhos e amigos e promover manifestações sociais com base na oralidade. No entanto, o autor se engana quando afirma de forma categórica que as novas tecnologias promovem uma comunicação não territorial, impossibilitando dar sentido e valor ao nacional e ao local para os jovens (2004, p. 154). Martín-Barbero enxerga um distanciamento desses locais de encontro, quando na verdade eles passam a acontecer com base na dinâmica da fusão entre virtual e real. Para entender como as mídias móveis não promovem um isolamento, mas uma nova forma de se reconhecer como parte de uma comunidade, é preciso saber dialogar com suas possibilidades.

Andar pela rua do Sossego, no bairro da Boa Vista, na cidade do Recife, por exemplo, pode ser uma ação que não traz indicadores de manifestações culturais evidentes. A rua corta a região central da cidade e se encerra em uma de suas principais avenidas, sendo uma zona predominantemente residencial. Sua cartografia formal também não traz informações complementares nesse sentido, indicando que ao longo de sua extensão estão localizados sindicatos, gráficas e um estabelecimento de comércio, sendo o restante formado por residência.

Com uma conexão 3G e o aplicativo de geolocalização Foursquare é possível compreender algumas das primeiras controvérsias geradas pela ocupação pública. Usuários informam que essa é a “melhor rua do Recife” e que “faz jus ao nome”, enquanto outros vão dar dicas, como a de que se encontra ali a carcinha de Espetinho do Danylo, incluindo informações sobre sabores, molhos, horários de funcionamento e preços. É possível ver se amigos frequentam ou passam pelo local, assim como que outras pessoas desconhecidas também deixam seus rastros por ali. Vendo que alguns desses usuários registram fotos da rua do Sossego, há um convite para observar a rua a partir de um aplicativo de imagens.

Registrando a passagem pelo Instagram, aplicativo que mistura fotos com interação social – é possível adicionar amigos, agregar *tags* etc. –, é possível ver um novo imaginário coletivo da rua do Sossego. De gatos da rua a cenas de chuva, destaca-se a repetição de registro de uma casa que estampa as letras “IHKE” em sua fachada, recebendo a *tag* de #Iraq. Outras fotos mostram o interior da casa

com projeções de vídeos, imagens de festa, grafite e mensagens escritas na parede. Seguindo a *tag* no aplicativo e os usuários que a registraram, descobre-se ali um ambiente de festas e shows.

O Iraq está mapeado no inconsciente coletivo de uma cena específica da cidade do Recife que se materializa em documentários e matérias de jornal. Mas sua programação não está na agenda cultural da cidade, nem é possível saber com precisão quando ocorre um evento ali, principalmente por se tratar, na realidade, de uma residência e o proprietário, que formalmente a abre apenas para amigos, não necessariamente fazer isso com frequência aos fins de semana (algo que é possível ver pela data em que as fotos são registradas).

Essa informação parece estar fragmentada, mas existe um caminho natural a partir do mesmo dispositivo móvel. Da dica deixada no Foursquare para a foto registrada no Instagram, chega-se a um grupo fechado no Facebook. Se a entrada for autorizada, algo que o capital social deste software específico fará através das conexões de cada usuário, como delimitado por Recuero (2009), é possível ter acesso à agenda de eventos e também à senha exigida na entrada das festas do Iraq. Um espaço de experimentação e contracultura, com leitura de poesia, apresentação de bandas underground, performance artística e afins, algo não cooptado pelo agendamento midiático tradicional.

29

Fazer esse mesmo exercício na avenida Ministro Marcos Freire, que cruza o bairro de Casa Caiada e o Bairro Novo, na cidade de Olinda, também permite descobertas que estão por fora de uma agenda da mídia ou de ambientes formais. Registrar a passagem pelo Instagram, marcando o território, abre uma porta de entrada para um imaginário coletivo ainda mais rico por se tratar uma avenida ao lado da praia e, portanto, com uma concentração maior de turistas e seus olhares estrangeiros. Os moradores registram o cotidiano em imagens que se repetem com uma maior monotonia, mas nas fotos de usuários de outros estados é possível ver rastros de manifestações que interessam a esta pesquisa.

Algumas dessas fotos mostram que uma praça que está ao lado da avenida Ministro Marcos Freire é frequentada por skatistas. Curiosamente, não se encontram registros dos próprios meninos e meninas que estão ali praticando o esporte, mas se identificam marcas evidentes de horário – fim de tarde, pela posição do sol, e dia da semana, pela data em que a foto é registrada. Retornar naquele mesmo ponto nos dias da semana e no horário mapeados é presenciar uma agregação relevante de uma cena hardcore da cidade. As manobras de skate são realizadas sempre com música alta de fundo, tocadas de um rádio portátil que repousa em um dos bancos. Bandas nacionais e locais se misturam a clássicos internacionais do gênero, enquanto alguns garotos distribuem panfletos de um show que acontecerá no fim de semana.

Em ambos os casos, são configurações sociais que encontram um diálogo com as noções apresentadas de cena, que se reconhecem como cena, mas que não têm um caminho de encontro tradicional. Não são encontradas, muitas vezes, bandas e artistas com discos lançados, não se trata de casas de show, nem de estabelecimentos



comerciais, nem de algo que está na agenda da mídia, apesar de ser eventualmente pincelado por matérias que vão retratar um enfoque específico (como o ativismo artístico do proprietário do Iraq, Evandro Sena)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreendemos que a internet existe em um contexto de mobilidade, tanto de acesso ao que é veiculado pela rede quanto de produção do conteúdo. Este conteúdo não está mais limitado ao formato tradicional de páginas da web, e-mails e bancos de dado de fóruns de discussão. A conexão está ligada diretamente ao dispositivo móvel, neste caso, o celular, o que permite a constituição desses territórios informacionais, ao quais, por sua, vez, nos permitem observar territorialidades sob uma nova perspectiva.

O argumento central aqui é que os territórios informacionais passam a ser uma importante porta de entrada para mapear cenas musicais que não tenham um suporte geográfico ou midiático tradicional. Se podemos identificar essas configurações a partir de práticas do público, muitas dessas práticas estão sendo narradas em tempo real por imagens estáticas ou em movimento; por dicas de *hashtags* distribuídas nos aplicativos de celular.

Os exemplos apresentados não são meramente episódicos, mas apenas dois recortes que ilustram uma prática já bem disseminada. É comum encontrar, em regiões do Brasil e dos Estados Unidos, por exemplo, as festas #BYOB, sigla para *Bring Your Own Beer*, ou traga a sua própria cerveja, em português. Trata-se de um circuito que acontece em residências e cuja marcação é preciso seguir, para saber onde ocorre. Também têm surgido notícias de festas e shows secretos anunciados por QR Codes (códigos de barra que podem ser lidos por celular) espalhados pela cidade. Eventos específicos, quando acontecem em galpões, residências e praças, geralmente promovem uma etiquetagem espontânea por parte do público, abrindo portanto portas de acesso.

Dessa forma, os territórios informacionais se tornam um ponto de partida para identificar e mapear não só novas cenas musicais – e o pesquisador precisa estar muito atento a seu dispositivo móvel como instrumento metodológico para perceber essas manifestações –, mas também narrativas urbanas de uma forma geral. Isso dá mais sentido à afirmação de Martín-Barbero: “É a partir das novas maneiras de juntar-se e excluir-se, de desconhecer-se e se reconhecer, que adquire consistência social e relevância cognitiva aquilo que passa em e pelas mídias e pelas novas tecnologias da comunicação” (2004, p. 220).

NOTAS

[1] Segundo Chris Anderson, ao propor a existência de um gráfico em formato de cauda longa de consumo, sites como E-bay e Amazon – e suas contrapartidas brasileiras, o Mercado Livre e o Submarino – favorecem a sobrevida de um produto segmentado que não encontraria espaço em uma loja física (ANDERSON, 2006).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ALBAGLI, S. Território e territorialidade. In: LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília: Sebrae, 2004.

BENNET, Andy; PETERSON, Richard A. *Music scenes: local, translocal, and virtual*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2004.

DE SÁ, Simone Pereira. As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual. In: DE SÁ, Simone Pereira; JANOTTI JUNIOR, Jeder. *Cenas musicais*. São Paulo: Anadarco, 2013. p. 25-40.

FABBRI, Franco. A Theory of Musical Genres: Two Applications. In: HORN, David; TAGG, Philip (Ed.). *Popular Music Perspectives: Papers from the First International Conference on Popular Music Research*. Göteborg: Exeter: IASPM, 1982.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva; Guacira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LEMONS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Tradução de Fidelina Gonzáles. São Paulo: Edições Loyola, 2004. (Comunicação Contemporânea.)

NOGUEIRA, Bruno. *Reação em cadeia: transformações na indústria da música no Brasil após a internet*. Rio de Janeiro: Simplíssimo, 2013.

JAMESON, Fredric. *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Durham: Duke University Press, 1984.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. Are you Experienced?: experiência e mediatização nas cenas musicais. *Contemporânea*, Salvador, v.10, n. 1, jan./abr. 2012.

_____; ALMEIDA, Victor. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; LIMA, Tatiane Rodrigues; PIRES, Victor de Almeida Nobre (Org.). *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. Rio de Janeiro: Simplíssimo, 2011.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

STRAW, Will. Systems of Articulation, Logics of Change: Scenes and Communication in Popular Music. *Cultural Studies*, v. 5, n. 3, p. 368-388, Oct. 1991.

_____. Cenas culturais e as consequências imprevistas das políticas públicas. in: DE SÁ, Simone Pereira; JANOTTI JUNIOR, Jeder (Org.). *Cenas musicais*. São Paulo: Anadarco, 2013. p. 9-24.

TROTTA, Felipe. Gêneros musicais e sonoridade: construindo uma ferramenta de análise. *Ícone*, Recife, v. 10, n. 2, dez. 2008.