

SOFAR SOUNDS E CONTROVÉRSIAS DA MÚSICA AO VIVO: APROXIMAÇÕES ENTRE A TEORIA DO ATOR-REDE E O ESTUDO DA MÚSICA NA COMUNICAÇÃO

SOFAR SOUNDS AND LIVE MUSIC CONTROVERSIES: APPROACHES BETWEEN THE NETWORK THEORY AND THE STUDY OF MUSIC IN COMMUNICATION

Victor de Almeida Nobre Pires *

RESUMO:

Este artigo discute preceitos teóricos da teoria do ator-rede a partir de sua aplicação ao estudo da música ao vivo na área da comunicação. O objetivo central é, a partir de um estudo de caso da formação do Sofar Sounds (coletividade dedicada à produção de shows em configurações intimistas), pensar a articulação da música e seu segmento ao vivo como objeto distribuído. Através desse estudo é possível perceber também como o surgimento do próprio fenômeno se dá a partir do questionamento dos modos de produção e consumo de concertos estabelecidos em contextos tradicionais e como a construção desse objeto em questão se materializa em suas controvérsias.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria do ator-rede, música ao vivo, Sofar Sounds.

ABSTRACT:

This article discusses theoretical precepts of the Actor-Network Theory from its application to the study of live music in Communication. The central objective here is - from a case study of the formation of Sofar Sounds (a collective network dedicated to the production of shows in intimate settings) to think about the articulation of the music, and its live segment, as a distributed object. Through this study it is possible to perceive, as well, how the emergence of the phenomenon itself occurs from the questioning of the modes of production and consumption of concerts established in traditional contexts and how the construction of this object materializes in its controversies

KEYWORDS: Actor-Network Theory, live music, Sofar Sounds.

* Professor da Universidade Federal de Alagoas (UFAL) - Campus Sertão. Doutor em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: victor.pires@delmiro.ufal.br

MÚSICA AO VIVO E CONTROVÉRSIA: O CASO SOFAR SOUNDS

Não é de agora que prestamos atenção aos fenômenos do mercado musical na área da comunicação. Falamos muito sobre a sobrevivência dos selos independentes (VICENTE, 2006), das possibilidades de distribuição de fonogramas online (VICENTE; MARCHI, 2014), do crescimento dos festivais de música independente e da música ao vivo (HERSCHMANN, 2010) e das relações entre apropriações da música e espaço urbano (PIRES; JANOTTI JÚNIOR, 2011), por exemplo. Mesmo existindo exceções à regra, não tem sido comum encontrar trabalhos que problematizem questões tensivas do universo da música, seus mercados ou seus modos de produção, circulação e consumo, pois de maneira geral, problematizamos a música não como uma rede dinâmica e em constante mutação, mas sim como uma caixa-preta.

Segundo Lemos (2013, p. 55), caixa-preta seria

a estabilização (uma organização, um artefato, uma lei, um conceito) e a resolução de um problema. Após a resolução da controvérsia, tudo se estabiliza, passa para um fundo e desaparece, até o momento em que novos problemas apareçam e a rede se torne mais uma vez visível.

Dentro dos estudos da teoria do ator-rede (TAR), falar em caixas-pretas significa refletir sobre questões resolvidas, estáveis e não-tensivas. É justamente a ausência de problemas que caracteriza essas formações. Geralmente, segundo Latour (2012), o engajamento dos actantes gera “pontualização”, ou seja, um momento no qual todos os elementos envolvidos no processo agem como se fossem um só e “desaparecem”. Esse processo de estabilização seria, inclusive, uma tendência das associações de maneira geral, uma vez que os próprios actantes buscam alternativas para solucionar seus problemas. Estabilização, mesmo que temporária, nesse sentido, é credibilidade.

Um dos problemas de ir nessa direção e tratar os estudos e análises da música como caixas-pretas, é justamente cair em definições essencialistas. No caso das pesquisas da área da comunicação e sua interface com estudos da música, geralmente ouvimos que música ao vivo É algo, que os festivais independentes ou de maior porte SÃO de um jeito ou de outro. Nesse caso, podemos dizer que tais conclusões nada mais são do que resultados parciais de estabilizações. Ou seja, não se trata aqui de entender a música em seu segmento “ao vivo” a partir de definições essencialistas, mas de perceber, a partir de seus questionamentos internos, suas questões não-resolvidas. E, além disso,

a partir da discordância dos actantes, perceber associações escondidas, relações não problematizadas antes e atentar para uma complexidade de questões “invisíveis” sob outras perspectivas.

Venturini (2010) aponta que a complexidade da vida coletiva ganha forma nas controvérsias, identificadas como questões que ainda não produziram consenso, geradoras de discordância e oposição por parte dos atores. São a materialização de tensão e disputa em torno de determinadas questões que, quando estabilizadas, se tornam caixas-pretas até que surja um novo conflito que traga os atores e a rede à luz novamente.

Ainda segundo Venturini (2010), as controvérsias surgem na heterogeneidade das relações construídas e na intervenção de uma diversa gama de atores. Na vida coletiva, as associações e oposições se formam em torno de determinada questão, criando e ampliando conflitos. As controvérsias, muito mais que polêmicas e dissensos da vida coletiva, podem ser pontos de partida para novas agências dos atores e para o surgimento de novos fenômenos.

O universo da música - aqui trabalhamos com seu segmento ao vivo - é muito complexo e diversificado para ser entendido a partir de uma definição com caráter de regra. Por exemplo, se os grandes festivais são modelos produtivos consolidados, por que temos eventos, como o festival de Glastonbury¹, que esgotam seus ingressos (175 mil para a edição de 2017) em apenas 50 minutos² enquanto outros casos, no Brasil, de recentes cancelamentos e descontinuidades, como foi o caso de Sónar São Paulo, SWU e Planeta Terra³? Certamente, explicações essencialistas não nos levam a entender as dinâmicas de cada fenômeno nas suas particularidades.

Durante muito tempo, buscamos balizar os estudos da música por classificações que se colocam através de binarismos e dualidades. Mesmo reconhecendo a importância que certas categorizações tiveram (e ainda têm) dentro do discurso de músicos, críticos culturais e fãs - além de sua função pedagógica para iniciação de novos pesquisadores na área -, não podemos pensar o surgimento e a transformação de fenômenos contemporâneos complexos apenas a partir deles. Paulatinamente percebemos como as práticas musicais contemporâneas, de certa maneira, tensionam os limites dessas categorizações. Ou seja, será que a indústria da música ainda está inscrita dentro dos limites de conceitos criados em outros contextos históricos? Indo um pouco mais além: será que

ainda pensamos a indústria da música levando em consideração perspectivas baseadas na separação e na dualidade?

Assim, consumir música não é uma dicotomia entre os consumos de shows ao vivo, de música em suportes físicos e circulação de músicas digitalizadas. Consumir música nos dias de hoje é estar conectado a uma rede cultural que une o usuário que baixa álbuns de seus artistas favoritos na internet, o fã que vai aos shows de música de artistas da sua cidade, o jovem que, influenciado por seus ídolos, decide iniciar a prática de determinado instrumento musical, o músico que grava um disco inteiro em casa fazendo o uso de um computador, um grupo de amigos que monta uma banda, produtores culturais locais que promovem shows e amigos que se reúnem para conversar sobre suas bandas e álbuns favoritos. Enfim todas essas ações colaboram para que a música se afirme como um produto de forte presença em diferentes espaços do mundo atual (PIRES; JANOTTI JÚNIOR, 2011, p. 9).

Não se trata aqui de pensar consumos isolados e/ou concorrentes, mas sim perceber como cada fenômeno congrega diferentes valores e modos de articulação entre práticas como a compra de discos físicos, compartilhamento de músicas na internet, circulação audiovisual de vídeos, acesso a catálogos de canções em plataformas de *streaming* ou, ainda, consumo de shows ao vivo.

Neste sentido, os próprios fenômenos e suas controvérsias tem muito a dizer. Buscarei, aqui, entender o processo de formação do Sofar Sounds como rede articulada e dedicada ao consumo musical de nicho a partir de alguns preceitos da TAR, percebendo suas disputas como elementos inerentes aos próprios processos de formação das associações entre os diversos atores envolvidos. Mesmo sendo um estudo de caso, a partir do enfrentamento das questões que seguem, poderemos ter uma visão da música ao vivo como objeto distribuído (BORN, 2005). Percebendo que os fenômenos musicais contemporâneos articulam muito mais que sonoridades e são frutos de articulações complexas entre indivíduos, tecnologias, práticas de produção e consumo etc., a TAR nos ajuda a visualizar que muito do significado da música está em elementos não musicais (PIEKUT, 2014).

SOFAR SOUNDS: “EXISTE ALGO DE ERRADO COM A MÚSICA AO VIVO”

Um e-mail chega na minha caixa de entrada, eu estou na lista. Eu me sinto como Charlie quando ele finalmente descobriu o ticket dourado no seu chocolate Wonka. [...] E agora, eu tenho um dos ingressos mais desejados de Berlin - um show intimista “secreto” na sala de frente de alguém, com artistas ainda não confirmados (FRYATT, 2013, tradução nossa).

Sofar Sounds (sigla para Songs From A Room) é um projeto criado em 2009 na cidade de Londres por Rafe Offer, David Alexander e Rocky Start com o objetivo de produzir e promover shows intimistas e secretos nas casas de fãs com novas bandas e artistas independentes - essa definição aparece tardiamente. A ideia começou a nascer a partir da insatisfação de Offer, que estava cansado de ir a shows nos quais, segundo ele, o público não estava interessado na música, principalmente de bandas mais novas. Para Offer, em shows “convencionais”, não existe respeito pela música ao vivo, já que é comum encontrar pessoas conversando, trocando mensagens de celular e, muitas vezes, ignorando a apresentação.

“Existe algo errado com a música ao vivo”, diz Rafe Offer, o entusiasta nascido em Chicago que mora em Londres, co-criador do Sofar Sounds, o clube do “show secreto” que apareceu para mim lá em 2012. “Você tem duas alternativas - você pode tanto ver isso em um gigante anfiteatro, onde aquele pelo ponto ao longe é o vocalista do Muse. Ou você pode ver em uma casa pequena, mas o problema com isso é que, especialmente com a nova música, tem pessoas conversando, pessoas teclando, pessoas bebendo. Existe muito pouco foco e respeito pela música, especialmente de novas bandas. Meu amigo Dave e eu estávamos em um show e isso estava tão alto que nós mal conseguíamos ouvir o músico, foi aí que decidimos que deveria haver outro jeito...” (FRYATT, 2013, tradução nossa).

No caso do Sofar Sounds, o próprio processo de surgimento e criação da rede enquanto modo de produção e consumo específico de shows tem a ver com o valor (ou a falta dele) que a música ao vivo tem nos dias de hoje. Neste caso, é interessante refletir como, mesmo em tempos de uma cultura pop pautada nos grandes espetáculos, na megalomania dos festivais de maior porte e no aumento da oferta de música ao vivo (PIRES; JANOTTI JÚNIOR, 2015), uma iniciativa pautada na produção de shows secretos e de pequeno porte passa ter relevância. Nesse sentido, podemos ver como o próprio Sofar Sounds se coloca não apenas como opção a essa cultura das megaproduções, mas também como reação a ela.

Eu acho que a reação ao pop é secundária, é principalmente uma reação à música ao vivo - indo para um show agora não é mágico mais. Quando você ouve uma música que cativa você, não há nada parecido com isso, especialmente para um fã de música como eu. Mas descobri que toda a experiência de um show ao vivo estava me deixando para baixo. Nós do Sofar achamos que há maneiras melhores do que ver alguém em um estádio lotado. Isso pode ser bom, mas há zero intimidade e nenhuma conexão real com o artista. Mesmo shows menores podem ser frustrantes. Pessoas batendo papo, você pode ouvir garrafas de cerveja tinindo - tudo enquanto um pobre artista está dando o coração no palco. Temos tirado proveito de uma subcultura de pessoas que valorizam a música acima de seus *smartphones* ou da bebida (CURRY, 2014, tradução nossa).

Sendo assim, após a primeira sessão, realizada na própria casa de Offer, ele produziu, através de sua rede de contatos, outros eventos sob a chancela de Sofar Sounds nas cidades de Nova York e Paris. Foram esses shows iniciais que mostraram que o movimento tinha potencial para ser espalhado para outras partes do mundo. Com demanda em outros locais, o movimento se espalhou de maneira rápida e, sete anos mais tarde, já está consolidado como uma rede importante na circulação da nova música independente global. De sala em sala, uma por vez, hoje⁴ o Sofar está presente em 384 cidades espalhadas por mais de 40 países e realiza mais de 400 sessões por mês, organizadas por voluntários locais seguindo o modelo de produção iniciado em Londres.

A fórmula usada pelo movimento é simples: transformar a sala de estar da casa de um fã em um local para shows de bandas e artistas independentes iniciantes. Aos presentes, é solicitado que não conversem ou teclêm nos seus telefones e fiquem até o fim das apresentações, como forma de valorizar a performance ao vivo, e que o público presencie todos os shows da noite. Mas, para os fundadores, “isso é menos autoritário do que parece e, combinado com o ambiente, resulta em performances de muita energia” (OFFER apud FRYATT, 2013, tradução nossa).

O desconhecido, aqui, assume novos significados tanto para a banda quanto para o público, que só vai descobrir o local do evento entre 48 e 24 horas de antecedência, e a escalação das bandas apenas no local e na hora. A banda, por sua vez, também não sabe para que tipo de público vai tocar, pois até a audiência passa por uma espécie de triagem.

Além da produção dos shows, existe um cuidado de pensar na escolha tanto das bandas quanto do público. Essa lógica mostra-se na estratégia do Sofar Sounds não apenas para a curadoria de uma programação de apresentações, mas também para pensar como a própria rede tem condições de crescer dentro de um ritmo controlado, talvez como maneira de garantir a perpetuação do modelo inicial e o controle artístico do que é aceito ou não dentro da “comunidade”.

No caso das bandas, é evidente uma lógica da própria rede em designar o que entra ou não. Offer relata que no início eles tinham dificuldade para conseguir boas atrações, e que hoje, com o crescimento da iniciativa e a grande procura de bandas, para participar ou agendar datas, começou a se desenhar um filtro curatorial em que os próprios participantes aprovam o que vai circular pelas sessões ao redor do mundo.

Engraçado você dizer isso, estávamos habituados a ter que implorar por uma banda para tocar para nós, quando começamos. Agora temos dezenas [de inscrições] por dia. O processo é bastante simples – temos um grupo de revisores que atuam em uma política de três votos “sim”. Os juízes comunitários (qualquer um pode se tornar um revisor). Não importa onde estamos no mundo, vamos esperar para três pessoas a dizer que sim, e então você está dentro. Tentamos ser rigorosos porque queremos que os convidados realmente apreciem a música que está ouvindo [...]. Mesmo se você está focado em um tipo particular de música, você também pode apreciar algo que soa bem (OFFER apud CURRY, 2014, tradução nossa).

Por esse processo curatorial, começamos a perceber um predomínio, entre os artistas inscritos, de sonoridades que remetem e que de certa maneira marcam a característica do Sofar Sounds ao redor do mundo. Mesmo com a alegada propaganda de ser uma rede “ecclética”, é notável como, em grande parte, essa sonoridade é construída em cima de gêneros como o indie rock, sobretudo em sua forma mais pop; e folk, resgate da figura do cantor-compositor, principalmente, de tradição britânica e norte-americana. Mesmo com a presença cada vez mais constante de músicas tradicionais do local em que são realizadas as sessões (a exemplo de casos como o Brasil, onde tem sido feito um esforço para a inclusão de bandas de gêneros tradicionais como samba, choro e bossa nova) e uma abertura para outros gêneros, como o hip hop/rap, música eletrônica, sobretudo mais minimalista, e experimentalismos com sessões de improvisação, a predileção pelas sonoridades destacadas tem se justificado tanto por razões estéticas, como o gosto musical dos envolvidos na rede, como também por razões de logística - por exemplo, a possibilidade de realização dos shows com pouco recurso sonoro ou até mesmo sem amplificação.

O sucesso do Sofar Sounds como modelo produtivo dentro do segmento da música ao vivo mostra como, para os indivíduos envolvidos, esse tipo de evento tem tanto um viés estético voltado para o consumo de um tipo específico de música, curado pela própria rede e tido pelos participantes como de boa qualidade. Mas também se mostra como ambiente de resistência política para valorização de um modo particular de consumir shows ao vivo, em contraponto aos grandes festivais e shows com muito público ou barulho “excessivo”. O fato de determinado artista ser preferido para tocar em sessões produzidas sob a chancela do Sofar ao redor do mundo em detrimento de outro mostra como a lógica curatorial, de caráter coletivo e exclusivista, produz parte importante do valor da própria rede.

Outro ponto de importância, o cuidado com o evento é refletido também na escolha dos convidados⁵. Como o número de interessados em acompanhar as sessões é maior que a capacidade de acomodação, são analisados, entre os candidatos a assistir as apresentações, juntamente com outros fatores, quais são os que tem maior capacidade de multiplicação, ajudando a divulgar o evento, as bandas, atuando nas atividades de fotografia e filmagem das sessões ou ainda os que não participaram de nenhuma sessão prévia.

Atrelada a esses multiplicadores, existe uma lógica de divulgação desses eventos na internet. Todas atividades do Sofar Sounds são fotografadas, filmadas e editadas por voluntários vinculados à rede que recebem, assim como as bandas, uma fração do dinheiro recolhido no chapéu ao final de noite. Assim, são gerados produtos que circulam dentro da rede global do Sofar Sounds, ajudando na publicidade do evento (fazendo que mais pessoas queiram participar das atividades) e do artista em questão (divulgando esses grupos para públicos de outras partes do planeta e que também integram a rede).

Por exemplo, o canal do Youtube, mantido pela organização central, em Londres, conta com 16.205 vídeos⁶ de artistas e bandas independentes de cerca de 40 países, organizados em listas de acordo com o continente e a cidade onde o show foi realizado. Isso é um dado importante, pois, como a maioria das bandas são iniciantes, é difícil para elas ter acesso à produção de material em alta qualidade de imagem e/ou som e, principalmente, meios para que esses produtos circulem de maneira adequada para um público mais amplo. Ao mesmo tempo em que atua na produção de shows de bandas emergentes e os coloca em contato com um público interessado, o Sofar Sounds também divulga os vídeos pós-show e, assim, garante que o grupo tenha repercussão e projeção ampliada.

É a correlação entre as experiências do mundo real e a estratégia digital que faz do Sofar não apenas legal, mas comercialmente viável. Voluntários locais criam gloriosas galerias de imagem e vídeo em alta-qualidade para cada evento - alimentando o site do Sofar e ótimo conteúdo para as mídias sociais, como também entregando material de marketing grátis para os artistas.

“Para qualquer banda nova, é difícil para se divulgar lá fora. Qualquer um pode postar coisas online, mas como fãs é difícil achar qualquer coisa, assim como para os músicos é difícil se promover, a menos que você seja um expert em mídias sociais” (FRYATT, 2013, tradução nossa).

O que pretendi com essa apresentação preliminar sobre o surgimento e modos de organização do Sofar Sounds foi atentar para a gama de diferentes atores envolvidos na

produção de um modo específico de música ao vivo em ambientes domésticos, de configurações intimistas, baseado na audição atenta e com programações secretas. É possível perceber a relação entre diferentes atores humanos (fundadores do Sofar, bandas, fãs, jornalistas etc.) e não-humanos (dispositivos tecnológicos, sonoridades, shows de grande porte, bebida, repositórios de vídeos na internet etc.) na conformação do Sofar Sounds ao redor do mundo.

Muito mais do que pensar as formações apenas a partir de elementos meramente sonoros ou de concepções das noções do que seria um show, um concerto ou um evento da música ao vivo, precisamos analisar como os fenômenos estudados articulam, cada um à sua maneira, elementos específicos que lhes conferem unicidade.

A TAR pode ser de grande importância para analisar a indústria da música contemporânea. Prova disso é que falar sobre seus processos, seus atores, suas transformações e seus produtos é falar em redes - que articulam diferentes sujeitos, tecnologias, valores, modos de produção, produtos e práticas de consumo. Isso porque, mesmo que não nos demos conta, estamos sempre falando de interações mantidas entre diferentes agentes - sejam eles músicos, produtores, jornalistas, fãs ou qualquer outro ator envolvido nos processos de produção, circulação e consumo da música - com outros indivíduos, tecnologias, formatos midiáticos e práticas culturais.

A TEORIA DO ATOR-REDE

Seja lá o que a música pode ser, ela claramente conta com muitas coisas que não são música, e posteriormente nós devemos concebê-la como um conjunto de relações entre diferentes materiais e eventos que foram traduzidos para trabalharem juntos (PIEKUT, 2014, p. 2).

Bruno Latour (2012) argumenta que não é possível indicar com precisão o que está envolvido na composição do domínio social. Segundo o autor, a multiplicação dos produtos da ciência e da tecnologia causaram uma transformação radical no que entendemos por “sociedade”. Latour afirma que não sabemos com exatidão se existem relações que se caracterizem “pura” ou exclusivamente como “sociais” e se é possível agrupar essas relações em um domínio especial que funcione como uma sociedade. “O social parece diluído por toda parte e por nenhuma em particular” (LATOUR, 2012, p. 19).

Nessa perspectiva, o autor indica que não seria mais o caso de se pensar a existência de um “contexto social”, ou seja, que não existe uma “força social” disponível para

“explicar” o que outros domínios não são capazes de inferir. Assim, como pontua, se não temos como precisar o que forma o social, bem como suas práticas e processos, como podemos propor análises que pretendem lançar um olhar sobre aspectos sociais residuais de economia, linguística, psicologia, cultura ou mesmo da música, por exemplo?

Dentro da área da comunicação, por exemplo, temos um olhar privilegiado sobre essas questões colocadas por Latour. A partir do momento que começamos a superar as antigas teorias que colocavam a mídia como instância externa da cultura contemporânea, começamos a perceber como, cada vez mais, não podemos separar em limites estanques o “social”, ou a “sociedade”, os processos de midiaticização, as mídias em si, os artefatos tecnológicos e os processos comunicacionais de maneira ampla. André Lemos (2013) mostra que é perceptível como a mídia (e, conseqüentemente, os processos midiáticos como um todo), a tecnologia (seus dispositivos que transformam nossa relação com a técnica) e a cultura (seus produtos, práticas e dinâmicas) são agentes que atuam de maneira direta nas relações que construímos entre nós mesmos e também, como aponta Latour, com actantes não-humanos. Ou será que, no atual momento, ainda sustentamos pensamentos e teorias que nos fazem pensar na segregação entre o “social”, o “cultural” e o “midiático”?

É a partir dessa impossibilidade de pensar o “social” alheio às práticas humanas e de segregar o domínio “social” dos contextos políticos, econômicos e culturais, que Latour propõe refletir a atuação das ciências sociais. Segundo ele, mesmo que importantes num contexto histórico passado, as análises da “dimensão social” de determinados fenômenos tidos como “não sociais” não representam mais a complexidade do contexto que vivemos atualmente. Portanto, sugere pensar a sociologia, bem como as ciências sociais de maneira geral, não como “ciência do social”, mas como ciência da “busca de associações”. “Sob este ângulo, o adjetivo ‘social’ não designa uma coisa entre outras, como um carneiro negro entre carneiros brancos, e sim um tipo de conexão entre coisas que não são, em si mesmas, sociais” (LATOURE, 2012, p. 23).

Assim, Latour propõe descobrir o social a partir de uma perspectiva muito mais ampla que a sua definição usual, de certa maneira estritamente limitada à busca de novas associações e seus agregados. “Este é o motivo pelo qual definirei o social, não como um domínio especial, uma esfera exclusiva ou um objeto particular, mas apenas como um movimento peculiar de reassociação e reagregação” (Ibid., p. 25). A partir dessa visão, não veríamos os fenômenos contemporâneos como algo explicável pela “estrutura

social” além de organização interna, mas, pelo contrário, como algo no qual a própria organização interna em questão explica traços daquilo que faz uma associação durar mais e exercer influência em outros espaços maiores. Em outras palavras, não é o contexto social que fornece ferramentas para entendermos as relações, as estruturas e os fenômenos da cultura contemporânea, mas, na verdade, são os próprios laços associativos de cada caso em particular que nos fornecem informações importantes para entender os contextos em questão. É, segundo Latour, através da análise das associações e reassociações que fazemos emergir o social, não sendo ele dimensão exterior ou interior ao sujeito, mas sim, um movimento.

Esse movimento é o que Latour propõe que deve ser entendido através da TAR, pensando a formação dos fenômenos socioculturais enquanto jogo de associações. É uma teoria que busca o nivelamento sujeitos e objetos, atores humanos e não-humanos e propõe o destaque, a descrição e superação das controvérsias através da abertura das “caixas-pretas” (estruturas e objetos estabilizados, estereótipos e clichês).

Dentro dos estudos da TAR, a descrição dos rastros e associações dos fenômenos tem grande importância, uma vez que é a partir desses movimentos de agregação que chegamos às questões de fato. Assim, não podemos confundir, aponta Latour, o que devemos explicar com a explicação.

Precisamos de uma teoria do social que possa pensar essas relações e esses mediadores sem colocar, de antemão, os humanos no centro da intencionalidade, sem purificar a comunicação separando o sujeito de objeto como mediadores e intermediários. Assim sendo, para compreendermos a complexidade da cultura digital, torna-se imperativo ir além da separação entre sujeitos autônomos e objetos inertes, passivos e obedientes, simples intermediários. Eles são também mediadores e a mídia é mais do que uma externalidade do humano, uma extensão do homem. Ela é parte da rede que o constitui. Na expressão “ator-rede”, o ator não é o indivíduo e a rede não é a sociedade. O ator é a rede e a rede é um ator, ambos são mediadores em uma associação (LEMOS, 2013, p. 23).

Latour propõe identificar essas associações entre atores diversos entendendo as estabilizações, ou caixas-pretas, como algo momentâneo. Não se trata aqui de pensar questões e hipóteses a priori, o trabalho da TAR é, de modo geral, a posteriori. É muito importante pensar essas questões iniciais sobre essa teoria, pois podem ser bastante estimulantes para a área da comunicação, sobretudo na interface com o campo cultural. Uma vez que os próprios processos contemporâneos têm mostrado como as fronteiras entre essas áreas, se é que um dia existiram, não são mais sustentáveis.

Segundo a reflexão desenvolvida neste artigo, a TAR pode nos ajudar a entender a música ao vivo não como um mundo acabado, mas como um conjunto emaranhado “cujas as ‘teias de significado’ - conflituosas, intrincadas, híbridas e heterogêneas - cabe ao pesquisador desvendar, descrever e interpretar” (SÁ, 2014, p. 539). Esse pressuposto nos permite repensar lugares já estabelecidos dentro da música como as próprias ideias e noções de cena musical, gênero, coletividade/individualidade e performance a partir do da chamada “filosofia da empiria” (MOL, 2010).

Antes do ponto final, resta apontar que a TAR se constitui a partir de um conjunto de interlocutores que dialogam em torno das questões aqui abordadas; e não de uma única voz. Assim, apostamos que o diálogo mais produtivo com esta teoria se dá quando deixamos de tomá-la ao pé da letra, como manual prescritivo de fórmula e ações mecânicas, mas antes como inspiração para o trabalho de campo metucioso, detalhista e ciente do lugar de observação do próprio pesquisador - há muito problematizado pela etnografia, por exemplo; e em diálogo com outras estratégias que também valorizem o trabalho de formiga que a TAR propõe e onde a sensibilidade, a imaginação e o faro do cartógrafo são fundamentais. (SÁ, 2014, p. 522)

A partir dessas discussões, podemos ter uma ideia de algumas articulações conformadas no Sofar Sounds. É possível ter uma visão de como a comunidade surge a partir de um “descontentamento”, a partir do tensionamento de modos vigentes de produção e de consumo de shows e concertos ao vivo em eventos de grande porte, sendo uma resposta ou uma reação a eles. Outra questão é o alegado problema da falta de atenção no consumo de música ao vivo ou a grande presença de artefatos tecnológicos - a exemplo dos *smartphones* e *tablets* - que tem reconfigurado a maneira como consumimos shows, concertos e festivais. Assim, percebemos como, em certa medida, o próprio surgimento do Sofar Sounds pode ser entendido a partir de algumas polêmicas e dissensos que abrem a caixa-preta da música ao vivo.

É possível, também, ter em vista como o sucesso do Sofar como modelo produtivo de música ao vivo aponta, para os indivíduos envolvidos, como esse tipo de evento tem tanto um viés estético de consumo de um tipo específico de música, tida pelos participantes como de boa qualidade, bem como se mostra como ambiente de resistência para valorização de um modo particular de consumir shows ao vivo, em contraponto aos shows “convencionais”⁷ - grandes festivais e eventos de maior porte.

São esses mapeamentos de trajetórias que possibilitaram a identificação de controvérsias para sua interpretação. A descrição analítica nos fornece pontos de reflexão

bastante interessantes. Claro que isso não é uma questão exclusivamente inerente ao consumo da música, mas aqui percebemos como essas “polêmicas” podem gerar novos laços de associação, novos fluxos de ação e novos modos de produção e consumo musicais como resposta e/ou reação, reagregando a música ao vivo em novos fenômenos e eventos. Se analisadas atentamente, essas novas práticas, além de suas respostas e reações nos falam bastante sobre o atual momento do consumo cultural em diferentes níveis. Como alerta Latour (2012), é preciso se perder em meio às controvérsias para visualizar como as práticas culturais contemporâneas são complexas. A música ao vivo e o Sofar Sounds não são diferentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A TAR mostra-se como caminho instigante para pensar as transformações e fenômenos do universo da música, como também apontado por Sá (2014) e Hennion (2003). Aqui, entender a música ao vivo em sua complexidade é atentar para as associações em suas especificidades e perceber os fenômenos musicais como um fruto de articulações em constante processo de reformulação. Isso da mesma forma que notar o movimento, a transformação e as rupturas como processos inerentes às associações e seus atores, sejam eles humanos ou não-humanos.

O artigo demonstra que pensar a construção da ideia de música ao vivo a partir das relações e mediações entre fãs, dispositivos midiáticos, performances, territorialidades, sonoridades e práticas produtivas dentro de um fenômeno particular pode ser profícuo. Pensar como as práticas musicais contemporâneas agenciam diferentes maneiras de produzir, vivenciar e compartilhar a música ao vivo é atentar para a formação de redes complexas.

A música ao vivo é um processo em constante transformação, um complexo jogo que envolve afetos, poéticas, mercados, políticas e transformações tecnológicas. Como toda rede, é uma articulação entre coletivos humanos e não-humanos que se mostra diferente em cada fenômeno. Assim, antes de defini-la como um conceito fechado, a ideia de música ao vivo só é possível de ser imaginada em suas constelações, como algo “vivo”, sujeita a coerções, bem como às suas próprias possibilidades de transformação.

REFERÊNCIAS

BORN, Gerogina. On musical mediation: ontology, technology and creativity. *Twentieth-Century Music*, Cambridge, v. 2, n. 1, p. 7-36, 2005.

CURRY, Thomas. Rafe Offer, co-founder of Sofar Sounds: “when you hear music and it captivates you, there is nothing like it”. *The Line Of Best Fit*, [S. l.] 14 mar. 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/1kAUMo1>>. Acesso em: 1º maio 2016.

FRYATT, Linsey. Meet the man behind Sofar Sounds - the “secret gig” movement changing the face of live music, one living room at a time. *Heureka*, Berlin, 19 mar. 2013. Disponível em: <<https://bit.ly/2RWJArE>>. Acesso em: 1º maio 2016.

HENNION, Antoine. Music and mediation: towards a new sociology of music. In: CLAYTON, M.; HERBERT, T.; MIDDLETON, R. *The cultural study of music: a critical introduction*. London: Routledge, 2003. p. 80-91.

HERSCHMANN, Micael. Crescimento dos festivais de música independentes no Brasil. In: SÁ, Simone. *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 249-266.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador: Edufba, 2012.

LEMOS, André. *A comunicação das coisas*. São Paulo: Annablume, 2013.

MOL, Annemarie. Actor-network theory: sensitive terms and enduring tensions. In: ALBERT, Gert; SIGMUND, Steffen. *Soziologische Theorie Kontrovers*. Wiesbaden: Springer VS, 2010. p. 253-269.

PIEKUT, Benjamin. Actor-network in music history: clarifications and critiques. *Twentieth-Century Music*, 11, n. 2, p. 191-215, Sep. 2014.

PIRES, Victor de Almeida Nobre; JANOTTI JUNIOR, Jeder Silveira. Entre os afetos e os mercados culturais: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. Porto Alegre: Simplíssimo, v. 1, 2011. p. 08-22.

_____. So far, so close: distinção e políticas na Sofar Sounds, uma rede colaborativa de consumo de música ao vivo. *Revista Contemporânea (UERJ)*, Rio de Janeiro, v. 2, p. 10-20, 2015.

SÁ, Simone. Contribuições da teoria do ator-rede para a ecologia midiática da música. *Contemporânea*, Salvador, v. 12, n. 3, p. 537-555, set./dez. 2014.

VENTURINI, Tommaso. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, London, v. 19, n. 3, p. 258-273, 2010.

VICENTE, Eduardo. A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país. *E-Compós*, São Paulo, v. 7, p. 1-19, 2006.

VICENTE, Eduardo; MARCHI, Leonardo de. Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010: uma contribuição desde a comunicação social. *Música Popular em Revista*, Campinas, ano 3, v. 1, p. 7-36, 2014.

NOTAS

- 1 O festival de Glastonbury é um evento criado em 1971. Considerado por boa parte da mídia especializada como o “maior festival de música a céu aberto do mundo”, é realizado anualmente na região de Pilton, Somerset, Inglaterra. O público médio é de cerca de 175 mil pessoas, durante cinco dias. Sua escalação reúne artistas de grande projeção midiática e vendagem e bandas emergentes, sendo um dos eventos mais aguardados dentro do calendário de festivais europeus de verão. Ver: <<https://bit.ly/1eR8cKE>>.
- 2 In: <<https://bit.ly/2TwLoZS>>. Acesso em 23 de setembro de 2018.
- 3 In: <<https://glo.bo/2R0y4v4>>. Acesso em 10 de agosto de 2015.
- 4 Números contabilizados em novembro de 2018.
- 5 Além disso, percebemos como, desde o início de 2015, além dos sorteios para ingressos e da seleção de convidados, começa a ser introduzida uma lógica de compra de ingressos (prática normativa na produção de shows “convencionais”) como maneira de aumentar a receita gerada pela rede.
- 6 Em 28 de abril de 2016 o canal do Sofar Sounds no Youtube contabilizava 4.537 vídeos.
- 7 O termo convencional aparece entre aspas fazendo referência aos concertos e shows organizados de maneira tradicional, ou seja, fazendo uso de estratégias consolidadas de divulgação, comercialização e consumo.

Artigo recebido em: 28 de julho de 2017.

Artigo aceito em: 31 de outubro de 2018.

