

## ARE YOU EXPERIENCED?: EXPERIÊNCIA E MEDIATIZAÇÃO NAS CENAS MUSICAIS

## ARE YOU EXPERIENCED? EXPERIENCE AND MEDIATIZATION IN MUSICAL SCENES

Jeder Janotti Junior<sup>1</sup>

### RESUMO

O tecido urbano é fundamental para a compreensão dos processos comunicacionais que envolvem a produção e o consumo da música popular massiva. Nessa perspectiva, a noção de cena musical, procura descrever as lógicas econômicas e sociais que perpassam a circulação de certas expressões musicais nas cidades contemporâneas. O presente artigo pretende, através da análise dinâmica da configuração das cenas, amplificar a compreensão das inter-relações entre música e práticas sociais de ocupação do espaço urbano, reconhecendo que a materialização da música nas cidades envolve experiências estéticas e mediatizações que, ao lado das redes sociais e econômicas, permitem uma visagem mais ampla das cenas musicais.

### PALAVRAS-CHAVE:

Cena musical; Experiência estética; Mediatização

### ABSTRACT

The urban text is essential for the understanding of those communication processes involving production and consumption of popular music. From this perspective, the notion of the music scene tries to describe economic and social logics which underlie the dynamics of certain musical expressions in contemporary cities. This article intends, then, through the analysis of scenes configuration, to amplify the understanding of the interrelationship between music and social practices in urban spaces, recognizing that the materialization of music in cities involves aesthetic experiences and “mediatizations” that, along with social and economic networks, allow a broader view of the idea of musical scenes.

### KEYWORDS

Musical scene; Aesthetic Experience; Mediatization

---

1 Pesquisador Bolsa Produtividade CNPq, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Univ. Federal de Pernambuco, professor do curso de comunicação social da Universidade Federal de Alagoas. Apaixonado por música, literatura, baterista nas horas vagas. BRASIL. E-mail: jederjr@gmail.com

## INTRODUÇÃO

Muitos dos estudos que envolvem cultura midiática e música acabam privilegiando os aspectos sociais, técnicos ou industriais da produção musical contemporânea, deixando de lado os aspectos estéticos envolvidos tanto no consumo quanto na produção da música. Partindo da idéia de cena musical, uma importante noção para se ampliar a compreensão da apreensão da música na cultura e comunicação contemporânea, o que este artigo propõe é sair das dicotomias que parecem separar, de um lado, a estética da comunicação, de outro, os estudos culturais aplicados aos objetos de comunicação. Além de reconhecer o caráter complementar dessas abordagens, busca-se amplificar a idéia de cena musical, articulando sociabilidades e lógicas de mercado que configuram parte do consumo da música nas cidades à experiência estética. Essa articulação visa mostrar como as culturas de escuta vinculadas às cenas estão enredadas na afirmação econômica e sócio-cultural de parte das práticas de consumo da música nas cidades. A experiência seria inclusive um diferencial para marcar a singularidade dessas escutas em meio à profusão de sonoridades no tecido urbano, característica fundamental para a existência de uma cena musical.

Assim, acredita-se que é o processo de mediatização que possibilita à articulação de redes sociais, práticas econômicas e expressões musicais para a configuração de um amálgama que forja a afirmação (e a constante reconstrução) das cenas musicais. Mas é importante avisar desde já que não se trata de ignorar os limites e as diferenças entre abordagens culturológicas e estéticas da comunicação mediatizada e sim, procurar observar possíveis pontes e vias de acesso que permitam uma compreensão mais ampla desses fenômenos através de um diálogo crítico entre perspectivas diferenciadas que possibilitem inclusive, uma concepção abrangente da própria idéia de cultura midiática.

## CENAS MUSICAIS

Normalmente, usa-se a idéia de cena musical para tentar dar conta de práticas musicais relacionadas a determinados espaços urbanos, procurando localizar através dessa nomeação os desdobramentos sociais, econômicos e afetivos presentes no consumo musical que se materializam na tessitura cultural das cidades contemporâneas. Por isso, em geral, quando aparece alguma ebulição cultural em torno de expressões da música popular massiva<sup>1</sup>, ela é logo nomeada pela crítica cultural, que procura mapear a existência destas cenas. Assim, podemos perceber cena como uma maneira de entender o modo como práticas musicais específicas ocupam o espaço urbano e passam a ser foco de processos sociais que envolvem produção, consumo e circulação da música nas cidades.

Em geral, as cenas estão associadas às particularidades de escutas musicais que se diferenciam da mera circulação musical presentes nas sonoridades que habitam as cidades.

Nesse sentido, escutar/ouvir, o par que nos interessa examinar, está relacionado aos aspectos mais concretos da relação com o som. Um deles requisita uma postura subjetiva, o escutar. Depende da ação do ouvinte. O outro se refere justamente àquela dimensão primitiva da percepção da qual deriva a escuta. Muita coisa é ouvida, mesmo quando o ouvinte não está interessado em escutar. (CARDOSO FILHO, 2010, p.26)

Seguindo essa perspectiva, é possível pensar que cenas, como o manguebeat de Recife e o funk carioca negociam, muitas vezes de maneira tensiva, com a Recife do frevo e o Rio do samba. Além disso, pode-se inferir que nem toda música que circula nas cidades constitui uma cena, já que isso pressupõe a construção de modos específicos de mapear o terreno urbano através de práticas musicais auto-reflexivas, ou seja, os participantes de uma cena musical se reconhecem na cena ao mesmo tempo em que demarcam, de modo dinâmico, seu alcance. Talvez, junto à idéia de gênero musical, poucas são as noções do mundo da música que se firmaram com tamanha abrangência nas práticas culturais que giram ao redor da música popular massiva.

Já nos anos 40 do século XX, jornalistas estadunidenses tentavam dar conta do mundo de disputas, conflitos e diálogos em torno da apropriação de práticas musicais que faziam parte da produção e consumo do jazz, nomeando essas práticas como a cena jazz (BENETT; PETERSON, 2004). O interessante é que apesar de inicialmente servir de roteiro para os primeiros jovens brancos e boêmios que adentravam os espaços de consumo da música negra, o termo tentava dar conta também da complexa rede de atores sociais responsáveis pela afirmação de uma cena, ou seja, músicos, produtores culturais, gravadoras, locais de shows, críticos e fãs. Na verdade, parece que desde suas primeiras utilizações, a idéia de cena congrega práticas mercadológicas e aprendizados sociais de consumo cultural. É importante frisar neste ponto que uma cena musical é vivenciada ao mesmo tempo em que suas fronteiras são constantemente reconstruídas, o que atestaria o dinamismo dessas práticas culturais.

Através de uma perspectiva sociológica, em que as relações culturais de ocupação do espaço urbano a partir da circulação da música se tornaram o principal foco de atenção, Will Straw sistematizou de modo acadêmico a noção de cena musical. Inicialmente, ele procurou perceber as redes de sociabilidade que moldavam o consumo do rock alternativo e da dance music em cidades como Montreal, Toronto, Detroit, Los Angeles e Londres. Dentro dessa trajetória, Straw procurava diferenciar comunidades musicais de cenas.

Como ponto de partida, é possível colocar uma cena musical como distinta, de modo significativa, da velha noção de comunidade musical. A última pressupõe um grupo populacional cuja composição é relativamente estável – de acordo com uma ampla gama de variáveis sociológicas – em que o en-

volvimento com a música toma a forma de uma contínua exploração de um ou mais idiomas musicais pronunciados que são enraizados dentro de uma herança geográfica e histórica específica. Uma cena musical, em contraste, é um espaço cultural em que uma diversidade de práticas musicais coexistem, interagem umas com as outras em meio a uma variedade de processos de diferenciação, de acordo com uma ampla variedade de trajetórias, de mudanças e hibridismos. O senso de propósito articulado dentro de uma comunidade musical normalmente depende de uma aliança afetiva entre duas condições: de um lado, práticas musicais contemporâneas, de outro, a herança musical que parece tornar a atividade contemporânea apropriada a um determinado contexto. Dentro de uma cena musical, o mesmo senso de propósito é articulado em meio às formas de comunicação através das quais a construção de alianças musicais e o desenho das fronteiras musicais tomam forma. O modo como as práticas musicais dentro de uma cena se vinculam aos processos históricos de mudança ocorre dentro de uma cultura musical ampla que também é uma base significativa do modo como essas formas são posicionadas dentro da cena em nível local. (STRAW, 1997, p. 494)

A proposta de Straw tenta dar conta de novas relações estabelecidas na circulação global da música popular massiva, ou seja, ao invés de reconhecer as identidades culturais como algo fechado, centradas em locais de nascimento e nas línguas nativas, a noção de cena musical aponta para um processo de identificação, "(...) *uma falta* de inteireza que é 'preenchida' a partir de nosso *exterior*, pela forma pelas quais nós imaginamos ser vistos por *outros*" (HALL, 1999, p.39. Grifos do autor). No consumo globalizado da música, não é mais possível isolar as inter-relações entre música e identidade em espaços engessados, o que permite perceber que nas cenas se afirmam identidades nas constantes negociações entre afirmações cosmopolitas (conexão com expressões musicais que circulam em lugares distintos do planeta através da internet e outros meios) e a forma como as mesmas expressões musicais se materializam em diferentes espaços urbanos.

Mesmo que a proposta de Straw tenha em um primeiro momento contribuído para que se ultrapassasse a focalização excessiva nos aspectos sociais do consumo da música jovem, boa parte das escutas musicais presentes nas cenas acabaram sendo obliteradas pela valorização das práticas culturais que giram ao redor da circulação da música. Assim, Straw centrou a compreensão das cenas musicais em um tripé baseado nas "lógicas de terrenos musicais particulares" que englobam 1) a noção de campo das práticas culturais de Bourdieu, reconhecendo certos padrões e regularidades no consumo musical de cenas distintas; 2) a lógica social dos produtos das indústrias culturais proposta por Bernard Miége, ressaltando os processos de circulação/produção através das idéias de novidade, longevidade, canonização e valorização dos produtos e espaços das cenas, e 3) uma articulação entre as táticas culturais definidas por Michel de Certeau como movimentos circunstanciais no

cotidiano dos consumidores culturais que se diferenciam das estratégias dos grandes conglomerados midiáticos em uma interação com dois processos sociais – a) as disputas em torno de prestígio e status que envolvem músicos, críticos, produtores e fãs nas cenas e b) a contínua transformação das relações culturais e sociais. Seguindo essa perspectiva, Straw reconhece as dinâmicas entre a autonomia relativa das apropriações da música na cidade e o peso da indústria fonográfica na configuração da música contemporânea. Não por acaso, até hoje a noção de cena é vista como um contraponto ao peso que as estratégias econômicas das indústrias culturais possuem no mundo da música.

Com a virada do século, os processos de circulação da música que balizaram as proposições iniciais de Straw se transformaram. Portanto, a noção de cena foi ampliada, valorizando ainda mais questões como a globalização das culturas musicais e as novas tecnologias de comunicação. “Cena’ é usada para circunscrever amplos grupamentos locais de atividades que dão unidade a práticas dispersas através do mundo. Ela funciona para designar sociabilidades face a face e é um indolente sinônimo para a globalização virtual das comunidades de gosto”(STRAW, 2005, p.6).

Trilhando esse caminho, Bennett e Peterson (2004) propuseram tripartir a idéia de cena em uma nova gama de práticas musicais: as cenas locais, translocais e virtuais que, apesar de interligadas, ganhariam diferentes recortes de acordo com as relações entre tradições musicais locais, a articulação de maneira mais ampla com outros territórios e a capacidade de afirmarem-se como comunidades de gosto que se materializariam na internet. A partir do quadro proposto pelos autores, poderíamos pensar, por exemplo, que a cena heavy metal de Belo Horizonte seria local, a cena de heavy metal brasileira seria translocal, pois englobaria espaços geográficos distintos, já a cena de heavy metal mundial se estabeleceria na complexa rede comunicação eletrônica presente na internet: “como os participantes das cenas translocais, os participantes das cenas virtuais estão separados geograficamente, mas ao contrário das cenas translocais, os participantes da cena virtual formam uma única cena através da internet” (BENNET; PETERSON, 2004, p.10).

Apesar de tentar dar conta da circulação da música em espaços distintos, a proposta de Bennet e Peterson parece negligenciar o papel que as cidades ocupam no consumo da música, esvaziando a abrangência de uma noção que em sua proposição inicial tentava dar conta da complexidade das relações entre indivíduos, tecido urbano e produtos musicais. É possível notar então que, por exemplo, uma cena de heavy metal local está conectada aos circuitos nacional e global, bem como aos aspectos virtuais de sua circulação nos meios digitais. Assim, podemos imaginar que shows e festivais de música são partes de uma rede cultural, econômica e afetiva que se afirma tanto nos espaços locais, quanto em nacionais e internacionais. Essa compreensão permite perceber o papel fundamental que as cidades

exercem como espaços dinâmicos para a realização de várias práticas culturais conectadas ao consumo da música. Afinal, mesmo práticas de escuta individuais pressupõem relações com o corpo do ouvinte e sua presentificação em um determinado espaço.

Como exemplo, pode-se imaginar que a conhecida cena de heavy metal mineira, que projetou bandas como Sepultura e Overdose, estaria ligada à grande Belo Horizonte. Mas, na verdade, devido às tecnologias de comunicação, mobilidade de suportes de armazenamento da música e circuito de shows, as fronteiras da cena tiveram de ser repensadas. Neste caso, mesmo que o núcleo inicial se mantenha como principal foco de produção, a cena começou exercer influência em outros estados brasileiros e países da Europa, adquirindo diferentes conotações e ajudando a consolidar em termos afetivos e mercadológicos a idéia da existência de uma cena de heavy metal brasileiro. Isso permitiu, inclusive, que Belo Horizonte passasse a ser reconhecida no "mapa metálico" como a capital brasileira do gênero<sup>2</sup> e que bandas oriundas da cena mineira se integrassem aos circuitos nacional e internacional de shows de heavy metal. O famoso selo independente de Belo Horizonte Cogumelo Records passou a ter seus produtos conhecidos e reconhecidos fora da cidade, chegando a ser referência na produção nacional de heavy metal, a partir da consolidação da cena metal no tecido urbano "belo-horizontino".

Até aqui é possível notar pelo menos dois pontos em que a idéia de cena deixa escapar aspectos importantes que envolvem o universo da música: 1) as expressões musicais se tornam, em muitos casos, meros apêndices para a compreensão das redes sociais que giram ao redor da música e 2) embora estejam implícitas como um importante ponto da configuração dessas redes, as práticas sensoriais presentes no consumo musical não se destacam como alicerces das relações sociais.

Apesar da importância das cenas, parece que caímos mais uma vez na valorização das lógicas de mercado ou das redes sociais fomentadas pelo consumo dos produtos culturais em detrimento de seus aspectos estéticos. Por exemplo, o documentário Ruído das Minas, coloca dois pontos importantes para a configuração da cena metal de Belo Horizonte, a ruptura estética que a sonoridade heavy metal representava em relação às músicas do Clube da Esquina (hegemônico na época da formação da cena) e os aspectos ideológicos presentes no confronto com a tradição católica mineira. Mesmo com a contribuição essencial desses fatores (estéticos e ideológicos) para a formação das cenas, os trabalhos desenvolvidos não parecem apontar para um estudo mais aprofundado desses fenômenos supervalorizando as lógicas produtivas e redes sociais, quando, na verdade, a junção desses aspectos (estéticos, ideológicos e mercadológicos) acaba construindo as dinâmicas fronteiriças de uma cena musical<sup>3</sup>. Seguindo outro caminho, mas apontando para elementos que se ma-

nifestam no consumo da música para além dos aspectos estritamente econômicos, Michael Herschmann afirma que

a indústria cultural que quer ser inovadora e competitiva hoje disponibiliza no mercado experiências, porque não só este tipo de enfoque é mais integrado e permite à companhia se dedicar ao produto e ao processo (isto é, na forma como se relaciona com os clientes), mas também porque é uma estratégia de alto valor agregado que dificilmente pode ser copiado pela concorrência. (2007, p.95)

Ainda que para Herschmann, a experiência pareça um pouco nebulosa, como algo que pode ser expropriado ou acoplado a um produto, não deixa de ser interessante tentar articulá-la com a ideia de que o consumo musical na cidade é um modo de “experienciar” tanto a música como o espaço cultural de forma relacional, reconhecendo ao mesmo tempo a importância das lógicas de mercado que se presentificam nas cenas musicais e os aspectos estéticos, pois “as cenas podem interferir, assim, na forma mediante a qual as cidades são organizadas, vistas e experienciadas” (FERNANDES; FREIRE FILHO, 2006, p.33). Essa perspectiva abre caminho para se pensar a experiência tal como articulada em uma estética da comunicação, incluindo nas discussões sobre as cenas musicais possibilidades de vivências de experiências nas inter-relações entre participantes da cena, tecidos urbanos e expressões da música popular massiva.

## DA EXPERIÊNCIA

A proposta de uma estética relacional, que parte da noção de John Dewey de experiência, coloca em perspectiva a importância dos aspectos sensoriais das vivências humanas diante dos produtos da comunicação midiática. A partir dessa abordagem, antes de se debruçar sobre os sentidos produzidos pela música popular massiva, pode-se pensar na ampla possibilidade de relações sensoriais abertas pela existência das cenas musicais. Primeiramente, é preciso alertar para o fato de que o percurso aqui proposto não pretende descartar os aspectos sociológicos e econômicos das cenas musicais em detrimento de suas possibilidades estéticas e sim amplificar a compreensão da configuração das cenas musicais a partir da abertura para a inclusão de dimensões estéticas das cenas. Para tanto, há a necessidade de reconhecer que a cidade atua em primeiro plano como tecido mediador entre o consumo privado de música e suas encenações públicas.

Evidentemente, o fato de ser um consumo musical extremamente individualizado – pelo menos até o momento atual, em que existe uma clara hegemonia da música gravada – não significa que não ocorra também uma contaminação dessa experiência no espaço público. A música sempre teve uma função coletiva, e mesmo, quando compramos discos e revistas ou escutamos rádio

fazemos isso com o objetivo também de nos sentir parte de uma determinada coletividade que compartilha gostos e códigos sociais. (HERSCHMANN, 2007, p.75)

Essa visão procura agregar a circulação dos produtos musicais no tecido urbano às experiências em torno de expressões musicais da música popular massiva como importante ponto para a reunião dos atores sociais em torno das lógicas econômicas, práticas sociais e vivências estéticas que ocorrem nas cenas musicais. Assim, procura-se acrescentar os aspectos relacionais dessas experiências que ocorrem nas cidades contemporâneas.

Para Dewey (2010), a experiência é caracterizada por uma interação contínua dos seres vivos com o meio ambiente em que vivem. Desse modo, somos bombardeados continuamente por experiências, mas boa parte dessas interações se perde nos excessos de estímulos e na falta de tempo para processá-los que caracteriza a vida contemporânea. As distrações e dispersões da vida nas cidades seriam, inclusive, dificuldades que vivenciamos para transformar esses estímulos em experiências singulares. Aqui, pode-se associar a já citada distinção entre estímulos auditivos do mundo da música e as culturas da escuta, que são caracterizadas pela capacidade de ouvir com atenção. As cenas musicais abrem probabilidades para experiências particulares, já que elas chamam atenção para certas singularidades da escuta da música e suas especificidades. Como afirma Dewey em relação à consecução da experiência,

a experiência singular tem uma unidade que confere seu nome – *aquela* refeição, *aquela* tempestade, *aquela* rompimento de amizade. A existência dessa unidade é constituída por uma *qualidade* ímpar que perpassa a experiência inteira, a despeito da variação das partes que a compõem. Essa unidade não é afetiva, nem prática nem intelectual, pois esses termos nomeiam distinções que a reflexão pode fazer dentro dela. (2010, p.112. Grifos do autor)

As próprias especificidades que música e urbe adquirem ao serem vívidas em uma cena musical presentificam a abertura para essas experiências. Há uma negociação sensorial entre a cidade em sentido amplo (que envolve circulação de fundo de expressões musicais) e a presença daquela música em territórios mapeados através de vivências singulares. Isso não quer dizer que toda fruição da música nas cenas seja da ordem de uma experiência estética e sim que as vivências de escuta nas cenas musicais trabalham com enquadramentos que muitas vezes favorecem a emergência de experiências estéticas. Nesse sentido, é importante atentar para a qualidade das experiências que podem ser vividas em uma cena musical.

Sendo “interação”, a experiência para Dewey certamente não é “etérea”, está implicada nas condições e nas dimensões concretas da relação do indivíduo



com o meio ambiente e conseqüentemente não pode ser caracterizada por um ou outro aspecto exclusivamente. Em outras palavras, isso significa que a "experiência" exige a mobilização sensorial e fisiológica do corpo humano; é ao mesmo tempo uma atividade prática, intelectual e emocional; é um ato de percepção e, portanto, envolve interpretação, repertório, padrões: existe sempre em função de um "objeto", cuja materialidade, condições de aparição e de circunscrição histórica e social não são indiferentes. (GUIMARÃES; LEAL, 2007, p.7)

Assim, a experiência em uma cena musical envolve relações em torno da música que pressupõem interações não só entre a música e o meio ambiente que a circunda, bem como traços sinestésicos que envolvem práticas de escuta, aspectos imagéticos da música e da cidade, elementos olfativos, gustativos e uma amplificação dos aspectos táteis que envolvem as mídias de reprodução musical, a cidade e os participantes da cena.

As cenas são uma espécie de enquadramento da música que pode funcionar como canalizador de experiências singulares. Como acontece em boa parte de nossas interações com os produtos midiáticos, há um jogo tenso e dinâmico que envolve intensidade e codificação dos espaços de consumo cultural nas cenas musicais.

O gosto se aplica, com efeito, ao conjunto do leque de relacionamentos com o mundo; o latim *sapere*, ter sabor, converte-se em *saber*. Isso seria devido, parece, ao fato de que a conjunção gustativa está situada no próprio interior do corpo e que o sujeito, em sua relação com o objeto, é neste caso o ator predominante; também ao fato de que, apesar das aparências, o contato saboroso é sempre efêmero, descendo em direção à garganta e, finalmente, bastante superficial. Somente quando repousa sobre a tatilidade a que está unido – na sucção, no beijo – é que o gosto reencontra sua plenitude. (GREIMAS, 2002, 71)

Nesse trajeto, é presumível imaginar uma interação entre o enquadramento, o imaginário social e as sensibilidades evocadas pela arquitetura de um bairro como a Lapa no Rio de Janeiro, em conexão com a diversidade de sonoridades que disputam espaço nesse cenário, além dos aspectos boêmios e os sons do samba que ali circula. Esses estímulos atuam como elementos sinestésicos que abrem possibilidades para as escutas do samba de uma maneira singular, que podem evocar uma espécie narrativização do samba no ouvinte, pois: "as narrativas, assim, tecem a experiência vivida e podem aparecer no cotidiano, contadas pelos seres humanos, ajudando-os a viver e agrupando-os, distinguindo-os, marcando seus lugares e possibilitando a criação de comunidades" (LEAL, 2006b, p.20).

Com isso não se quer entrar na controvérsia sobre as possibilidades de abordagens da música através de elementos narrativos e sim mostrar como sua materialização nas ce-

nas permite colocar consumos e experiências conectadas às narrativizações presentes na fruição musical. Por outro lado, não podemos desvincular esse processo dos aspectos econômicos e sociológicos que constituem a cena, mas isso não quer dizer esvaziar as especificidades relacionais das experiências diante dos produtos culturais. Não se trata achar que a experiência pode ser mercantilizada e sim que os processos de acúmulo de capital simbólico, de afirmação do campo cultural e das lógicas das indústrias culturais são valorados positivamente ao se relacionarem com a singularidade deste tipo de experiência. Esse pressuposto é parte, inclusive, de afirmações em torno da autenticidade e dos aspectos alternativos das cenas musicais.

Por exemplo, quando associamos determinadas práticas de escuta do rock a lugares escuros, esfumaçados e “barulhentos” – como o extinto bar Calypso em Salvador, A Obra em Belo Horizonte, Burburinho em Recife, Inferno em São Paulo, Kfofo em Maceió ou o mais mítico deles, o Cavern Club em Liverpool – estamos ao mesmo tempo remetendo a enquadramentos sensíveis ligados a sonoridades do rock e ao circuito das cenas, ao mesmo tempo em que se pode perceber uma lógica comercial ligada às festas, às apresentações de música ao vivo e à vendagem de artefatos como CDs e camisetas que ocorre nesses bares. Assim, a materialização desse processo de comunicação pressupõe a constituição de uma tessitura narrativa em torno de práticas que envolvem ao mesmo tempo, o consumo cultural, experiências singulares, exercícios sociais e práticas mercadológicas.

Muitas vezes pode-se notar uma tensão entre o processo de mercantilização das práticas musicais e suas possibilidades de vivências estéticas, em outros momentos pode-se notar uma associação entre esses processos, fundando em muitos casos uma contraposição entre consumo cooptado de música versus consumo autêntico. Obviamente, não se trata de autenticidade em sentido “essencialista” e sim que, ao reconhecer a possibilidade de experiências de escuta vividas como estéticas nas cenas, estas se diferenciariam da audição desinteressada.

Para se pensar o papel da experiência sensível em seus aspectos relacionais é preciso colocar em perspectiva os aspectos midiáticos do consumo musical nas cenas que possibilitam a inter-relação entre música, ouvinte e cidade. O tecido urbano está conectado aos processos de mediação entre escuta individual e coletiva. Boa parte do aparato midiático de reprodução da música se materializa na urbe através da mediatização, reconhecida como procedimento “(...) de uma mudança em curso na sociedade atual, na qual os processos sociais de interação mediatizada tornam-se referência para a construção da realidade social” (GUIMARÃES; LEAL; MENDOÇA, 2010, p.14).

## DA MEDIATIZAÇÃO

A idéia de que as cenas possibilitam a materialização da música nos espaços urbanos está alicerçada na afirmação de um processo de midiáticação que não pressupõe mais uma separação entre atores sociais e meios. Na verdade podemos pressupor 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. De acordo com José Luiz Braga,

a “circulação social” que caracteriza os processos midiáticos, além de ultrapassar o nível de mercado, ultrapassa também o mero uso transmissivo e o “momento de contacto”. Através de retomadas sucessivas e de reobjetivações, o que “faz a mídia” é uma questão social e gera processos que dizem respeito a nossos modos de ser, passando a fazer, nuclearmente, parte da sociedade, quer sejam positivos ou negativos. (2007, p.151)

Uma parcela considerável das vivências dos seres humanos está relacionada ao consumo de produtos midiáticos que, em grande medida, são responsáveis pelas possibilidades de experiências singulares para o homem e a mulher contemporâneas. Isso desloca a perspectiva de experiências relacionadas a objetos específicos para os aspectos processuais das relações com as mídias.

Na sociedade em mediatização tudo “vem misturado” em um ambiente de cotidianidade e de situações banais. Tanto no nível da percepção criadora como no que se refere aos processos descritivos de eventuais experiências estéticas, não há distinções fortemente preestabelecidas. Reduzido o grau de foco e de atenção, o processo se modifica. A questão que se coloca aqui não é desvalorizar essa situação por contraste a um envolvimento intencionalmente preocupado com questões estéticas. Trata-se diversamente de se perguntar sobre as modificações que tal situação faz incidir sobre a experiência estética. (BRAGA, 2010, p. 77).

Assim, uma cena musical é configurada por práticas sociais, lógicas econômicas e vivências sensoriais de ocupação do espaço através dos processos de mediatização – que envolvem produção, consumo e circulação das expressões musicais. Nesse sentido, amplia-se a perspectiva inicial, das definições de cena, para perceber que esses processos de comunicação envolvem possibilidades de gradações tensivas, mas também de diálogos produtivos entre mercado, criação, produção cultural, consumo global, apropriações locais e experiência estética.

Mesmo ao observar “produtos”, estaríamos voltados, através de seu exame, para questões de circulação em que podem ser envolvidos. Isso assegura a

coerência entre o tema da circulação interacional, na qual os produtos midiáticos se inscrevem, e a afirmação anterior sobre os objetos como *médium* da experiência. (BRAGA, 2010, p. 77)

O próprio ato de nomear uma cena como indie rock, heavy metal, samba ou música instrumental já é um primeiro enquadramento que tenta dar conta da partilha de uma experiência musical que acontece em espaços urbanos delimitados. Ou seja, quando os críticos musicais rotulam o modo como determinados grupos vivenciam as cidades através do consumo de práticas musicais diferenciadas, e quando os participantes da cena se reconhecem nesse enquadramento, há a afirmação de fronteiras sensoriais que possibilitam não só o auto-reconhecimento dos atores sociais bem como de possibilidades singulares de viver as cidades.

Isso corresponde a dizer que não é a experiência meramente psicológica que é “estética”, mas sua relação interacional ou comunicativa, o compartilhamento – o trabalho de objetivação da emoção sentida. Trabalho que, por sua vez, como expressão de relação entre pessoa e situação é ainda “experiência vivida”. (BRAGA, 2010, p. 83)

As cenas musicais fazem então com que a vibração musical se materialize nas cidades através de sua nomeação. Há uma tessitura da intriga que envolve letras (ou não!), melodias e harmonias que circulam na cidade, bem como os lugares em que essas vibrações são vividas, o modo como se relacionam com outras expressões musicais e como são imaginadas nos produtos culturais. Os aspectos táteis da arquitetura, as cores, a amplificação sonora dispostas nos locais de escuta; a valorização do grave em detrimento dos sons agudos (ou vice-versa), os tipos de timbragem das vozes, as preferências por locais de apresentação de música, a valorização das calçadas ou dos inferinhos, os selos de distribuição de música, a tensão com outras interações na cidade, os espaços de dança, as lojas de instrumentos musicais, a preferência por downloads, as banquinhas de camisetas e CDs nos espaços de shows, os pontos de encontro para bater papo, a vestimenta que paramenta cenas, os psicotrópicos associados às expressões musicais, enfim, uma série de aparatos culturais forjam os aspectos mercadológicos e sensíveis das cenas musicais. Como diz Bruno Leal,

a vibração de um texto pode ser entendida, então, como um “posicionar-se”/“presentificar-se” para o receptor, mas em relação a um vasto conjunto de outros textos. Isso significa dizer, por exemplo, então, que uma determinada novela é, ao mesmo tempo, todas as outras, muito mais que elas e também sua negação. Nenhum texto – esse mosaico de citações – é composto por materiais de natureza semelhante ou mesmo harmônica. Por maiores que sejam os aparatos dos dispositivos, mesmo o da “literatura”, todo texto é incontrolável, instável. (LEAL, 2006a, p.85)

## CONCLUSÕES

Materializar as cenas através dos processos de mediatização é pensar possibilidades de diálogo entre os aspectos relacionais de uma estética da comunicação e a perspectiva sociológica dos estudos culturais. Antes de serem contraposições excludentes, esses diferentes modos de compreensão dos fenômenos midiáticos podem permitir a inclusão dos imbrólios que perpassam produtos midiáticos, práticas culturais, espaços de consumo, vivências estéticas, relatos de experiências, enfim, complexidades enredadas no ambiente comunicacional da música popular massiva. Não se trata de amaciar conflitos entre abordagens distintas dos processos de comunicação e sim de, mantendo as diferenças, reconhecer a amplitude de fenômenos como as cenas musicais que pressupõem lógicas de mercado dos produtos culturais, práticas sociais e experiências de escuta que perpassam a produção, o consumo, a circulação e a apropriação de expressões musicais mediatizadas nos tecidos urbanos contemporâneos. Pelo que foi exposto até aqui nem se trata mais de distinguir essa teia, já que, ao materializar-se em uma cena, a música faz vibrar ao mesmo tempo os indivíduos, os aparatos midiáticos e a própria cidade em que é consumida.

## (ENDNOTES)

- 1 Música Popular Massiva é compreendida aqui como um ambiente midiático que envolve formatos culturais e de armazenamento da música, relacionados ao desenvolvimento de aparelhos de produção, reprodução, circulação e gravação musical, que envolvem lógicas mercadológicas da indústria da música e diferentes modos de execução e audição relacionados a esta ambientação (JANOTTI JR, 2006).
- 2 O documentário *Ruído das Minas*, de Felipe Sartoretto, Gracielle Fonseca e Rafael Sette Câmara, apresentado como trabalho de conclusão de curso em comunicação social na UFMG (2009) mostra a cidade de Belo Horizonte como o berço do gênero em solo brasileiro, procurando compreender os motivos que levaram a capital de Minas Gerais a se tornar a capital brasileira do heavy metal na década de oitenta.
- 3 Agradeço a Victor Almeida pelas sugestões sobre o papel das tradições musicais e das afirmações ideológicas das cenas musicais.

## REFERÊNCIAS

- BENNET, Andy e PETERSON, Richard A. Music scenes: local, translocal, and virtual. Nashville, Vanderbilt University Press. 2004.
- BRAGA, José Luiz. Experiência estética & mediatização. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Entre o sensível e a Comunicação. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p.73-88.
- \_\_\_\_\_. .Mediatização como processo interacional de referência. In: MEDOLA, Ana Sílvia,; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (orgs.). Imagem, visibilidade e cultura midiática. Porto Alegre: Sulina, 2007, p.141-167.
- CARDOSO FILHO, Jorge. Práticas de escuta do rock: experiência estética, mediações e materialidades da comunicação. 2010. 211 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais.
- DEWEY, John. Arte como Experiência. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- DUARTE, Eduardo. As vertigens estéticas de um campo em configuração. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Entre o sensível e a Comunicação. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 89-104.
- FREIRE FILHO, João; FERNANDES, Fernanda Marques. Jovens, espaço urbano e identidade: reflexões sobre o conceito de cena musical. In: Freire Filho, João; Janotti Jr., Jeder. (Org.). Comunicação e música popular massiva. Salvador: Edufba, 2006, v. , p. 25-40.
- FRITH, Simon. Performing rites: on the value of popular music. Cambridge/Massachusett: Havard University Press, 1996.
- GUIMARÃES, César. O que ainda podemos esperar da experiência estética?. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Comunicação e Experiência Estética. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006, p. 13-26
- GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno. Experiência mediada e experiência estética. Anais da XVI Compós, Curitiba, Universidade Tuiuti do Paraná, 2007. Disponível em < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca/\\_236.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca/_236.pdf) > Acesso em 01 de agosto de 2010.
- GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Experiência estética e comunicação. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Entre o sensível e a Comunicação. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p.7-15.
- GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Comunicação e Experiência Estética. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A Editora,1999.

HERSCHMANN, Micael. Lapa, cidade da música. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

JANOTTI JR, Jeder. Aumenta que isso aí é Rock and Roll: mídia, gênero música e identidade. Rio de Janeiro, E-papers, 2003.

\_\_\_\_\_. Por uma análise midiática da música popular massiva: uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. UNIrevista – vol 1, nº 3, 2006.

LEAL, Bruno. A poesia que a gente vive, talvez. In GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. Comunicação e Experiência Estética. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006 a, p. 79-87.

\_\_\_\_\_. Saber das narrativas: narrar. In Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. FRANÇA, Vera; GUIMARÃES, César. Belo Horizonte: Autêntica, 2006b, p. 19-28.

LIMA, Tatiana. Manguabeat – da Cena ao álbum: performances midiáticas de Mundo Livre S/A e Chico Science & Nação Zumbi. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Salvador: FACOM/UFBA, 2007.

NOBRE PIRES, Victor de Almeida. Para além do post-rock: cena, mídia e a nova música instrumental brasileira. 2010.78 f. Monografia de conclusão de curso (graduação) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Alagoas, 2010.

RUÍDO DAS MINAS. Direção Felipe Sartoretto. Produção Gracielle Fonseca. Roteiro. Câmeras Leandro Lima e Rafael Sette Câmara. Belo Horizonte, UFMG, 2009. 1 DVD. (123 min) Trabalho apresentado como parte dos pré-requisitos necessários para a conclusão de curso em comunicação social na UFMG .

SÁ, Simone Maria Andrade Pereira de. Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, mídia e gêneros. In: ALAIC - Associação Latino Americana de pesquisadores de Comunicação, 2006, São Leopoldo - RS. ANAIS da ALAIC. São Leopoldo - RS : ALAIC/UNISINOS.

STRAW, Will. Systems of Articulation, Logics of change: Scenes and Communication in Popular Music. Cultural Studies. Vol 5, n. 3 (Oct. 1991).

\_\_\_\_\_. Accounting for Culture: Thinking Through Cultural Citizenship. Ottawa: University of Ottawa Press, 2005.

\_\_\_\_\_. Cultural Scenes. *Loisir et société/Society and Leisure*, vol. 27, no. 2 (Autumn, 2004), pp. 411-422.

Artigo recebido : 15 de março de 2012

Artigo aceito : 28 de março de 2012