

***Lives* musicais: mediações da música brasileira no contexto do distanciamento social**¹

Tatiana Rodrigues Lima²
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, UFRB

RESUMO

As *lives* da música *pop* brasileira são o objeto deste estudo, cuja metodologia foi a observação de performances musicais transmitidas em *streaming* entre 19 de abril e 29 de junho de 2020 sob a ótica da comunicação da música. Articula-se o conteúdo observado com um referencial dos estudos pós-estruturalistas europeus, das mediações comunicativas da cultura, e com a Teoria Ator Rede. Percebemos que as plataformas de transmissão modulam a expressão nas *lives* e têm agências significativas na poética e nas interações entre integrantes do público e entre a recepção e os *performers*. Também verificamos que, nas redes compostas por atores humanos e não-humanos que se formaram durante as transmissões observadas, os elementos advindos da estética das apresentações ao vivo tradicionais foram reposicionados de maneiras ora fluidas ora controversas.

PALAVRAS-CHAVE: *lives* musicais; música pop brasileira; Teoria Ator Rede; mediações comunicativas da cultura.

A suspensão do funcionamento de espaços usualmente utilizados para apresentações culturais e de entretenimento – bares e restaurantes, teatros, arenas, circos etc. – provocada pela pandemia do vírus Sars-CoV-2 afetou as linguagens artísticas de maneira distinta. Embora o impacto do distanciamento social no consumo da música pop tenha sido menor do que o sofrido pelas artes cênicas, por exemplo – já que parte da fruição musical se dá através de gravações – sob a ótica da comunicação houve algumas reconfigurações no campo da produção, circulação e recepção da música brasileira que merecem atenção. É inegável que as *lives* musicais brasileiras “contagiaram” o cotidiano de grande parte das pessoas em reclusão, o que sugere indagar como e porque este formato se afirmou. Entre as alternativas culturais e de lazer encontradas pelo público confinado de maneira preventiva ou obrigatória, há uma gama de opções pré-produzidas – livros, filmes, séries, álbuns, *games* etc. Isto sem mencionar que para além do campo da cultura e do entretenimento, há transmissões ao vivo em *streaming* de treinamentos físicos, cursos, oficinas, debates etc. Cabe também assinalar que a expansão do consumo da música transmitida ao vivo pelas redes telemáticas ocorre apenas entre a população que possui condições de navegação, incluindo *hardwares* e uma

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora dos cursos de Produção Musical, Licenciatura em Música Popular e Bacharelado Interdisciplinar em Cultura, Linguagens e Tecnologias Aplicadas, CECULT-UFRB, e-mail: tatianarodrigues@ufrb.edu.br.

boa de conexão com a internet. Conforme aponta Janotti Jr. em livro sobre gêneros musicais em ambientações digitais, “nestes cenário, as articulações entre classe, faixa etária, gênero, língua e raça operam recortes no consumo cultural, que por sua vez acabam criando poéticas que incorporam as ambientações digitais ao modo como se escuta e consome conteúdos musicais” (2020, p.14).

O que propomos neste estudo é iniciar a discussão de algumas questões relacionadas às poéticas e às reconfigurações comunicacionais das transmissões de música ao vivo, com base nas indagações a seguir: Onde se dá a presença nas *lives*? As plataformas e o aparato de *hardwares* e *softwares* implicados na realização das transmissões exercem mediações nas redes sociotécnicas que ali se estabelecem? Quais seriam estas mediações? De que forma o distanciamento corporal da recepção e sua presentificação, a partir dos *softwares*, em comentários e outras interações interfere nos sentidos e na poética das apresentações?

Foram acompanhadas as transmissões ao vivo protagonizadas por nomes da música popular urbana brasileira ligados mais diretamente ao *mainstream*, como Roberto Carlos e Ivete Sangalo; artistas posicionados em um expressivo nicho de mercado, como Nando Reis, Teresa Cristina, Marina Lima, Tom Zé e Letrux; e nomes cena alternativa baiana, como o DJ Mopa e a cantora Claudia Garcia³. As performances assistidas foram veiculadas em três plataformas distintas (YouTube, Instagram e Twitch⁴) e durante as apresentações fizemos anotações sobre elementos enumerados a seguir: 1) aspectos técnicos da captação, das plataformas utilizadas e dos sistemas de conexão; 2) figurino, cenário, arranjo, entre outros elementos estéticos também mobilizados usualmente nas performances musicais presenciais; 3) mediações entre produção e recepção em comentários e outras formas de interação (*emojis*, botões de *like* etc.). Os aspectos observados foram comparados durante a pesquisa e as ocorrências mais relevantes serão comentados na análise aqui apresentada.

Convém assinalar que as *lives* suscitam reflexões que não se pretende esgotar neste primeiro estudo, cuja proposta é confrontar os referenciais teóricos com as situações práticas. Para entender os corpos e espaços (*topoi*) configurados nas *lives* mobilizo três textos ensaísticos do filósofo Michel Foucault – *Outros espaços* (2009), que surgiu de uma fala em um encontro de arquitetura; *O corpo utópico* e *As heterotopias* (2013) ambos escritos para duas conferências radiofônicas. Em seguida adoto o método proposto por Bruno Latour na

³ Datas das *lives* que constituem o *corpus* deste trabalho: Alcione 21 de abril de 2020, Roberto Carlos 19 abril de 2020, Ivete Sangalo 26 de abril de 2020, Nando Reis 22 de abril de 2020, Teresa Cristina (*lives* diárias de 30 de maio a 25 de junho de 2020), Marina Lima 29 de abril de 2020, Letrux 26 de abril de 2020, Tom Zé dias 02, 07 e 29 de junho, DJ Mopa 26 de abril de 2020, Claudia Garcia 21 de junho de 2020.

⁴ Disponível em: <https://www.twitch.tv>. Acesso em: 30 mai. 2020. Acompanhamos as *lives* do canal disponível em: <https://www.twitch.tv/djmopa>. Acesso em: 30 mai. 2020. Dada a popularidade das demais plataformas citadas e de seus respectivos mecanismos de busca, consideramos dispensável a informação dos URLs.

Teoria Ator Rede (2012): descrever os objetos envolvidos nas *lives* e rastrear suas conexões, observando as ações realizadas por atores humanos e não-humanos. Latour considera que os não-humanos podem ser actantes ou intermediários, quando não têm uma agência significativa nas redes sócio-técnicas, mas podem se revelar atores ou mediadores quando sua agência se torna relevante ou controversa nas conexões. Observo então os atores das *lives* e discuto suas mediações a partir do mapa noturno desenhado por Jesús Martín-Barbero.

O corpo, o espaço físico e as telas

Na cultura da música popular urbana, um dos impactos provocados pelo distanciamento social foi a impossibilidade da reunião de um grande número de pessoas no mesmo espaço para realização de um show convencional. Quando isto era possível, as pessoas na plateia captavam imagens e as transmitiam em seus perfis em redes sociais, através de funcionalidades usualmente chamadas *lives* ou “ao vivo”. Também era comum que uma equipe ligada a uma emissora de TV (ou até aos próprios promotores de um espetáculo) captasse e transmitisse o *streaming* simultâneo dos eventos musicais. Nas em vez de haver uma performance em palco registrada com um aparato de produção de porte variado e veiculada concomitantemente ao seu registro, há a realização de uma performance com a finalidade específica da transmissão em rede e sem a presença física da plateia no local da captação.

Como ressalta Janotti Jr. “o corpo é um aparato essencial a expressões de escuta musical, assim como os diversos artefatos não-humanos como caixas, fones de ouvidos, aplicativos, plataformas, sites e smartphones” (2020, p. 25) e para iniciar a discussão, indagamos sobre os corpos e a configuração da ambiência (ou dos espaços) nas *lives*: como o público se representa e onde ocorrem as agências da recepção durante as performances mediadas pelo aparato digital?

Na conferência *Outros espaços*, Michel Foucault apontava que a descoberta de Galileu de que terra não era o centro do sistema solar dessacralizou teoricamente o espaço, porém na prática ainda havia uma sacralização, na medida em que ocorriam fortes distinções entre o espaço público e espaço privado, espaço do trabalho e espaço do lazer. “Vivemos no interior de um conjunto de relações que definem posicionamentos irreduzíveis uns aos outros e absolutamente impossíveis de ser sobrepostos”, afirma (FOUCAULT, 2009, p. 414). Mas o filósofo percebeu e discutiu a existência de espaços que possibilitam a sobreposição de atividades e de temporalidades, dividindo estes *topoi* em dois tipos: as utopias e as heterotopias.

As utopias são, segundo o filósofo, “os posicionamentos sem lugar real” (2009, p. 414). Em *Corpo utópico*, Foucault inicia a argumentação considerando que o corpo é o contrário da utopia, na medida em que constitui uma imanência à qual estamos presos durante a vida. Mas o filósofo considera que por isso mesmo o corpo impele à utopia. “Meu corpo é o lugar sem recurso ao qual estou condenado. Penso, afinal, que é contra ele e como que para apagá-lo que fizemos nascer todas as utopias” (FOUCAULT, 2013, p.8). Mais adiante, diz que essa “gaiola” é também espaço de projeções utópicas: “a máscara, a tatuagem, a pintura são operações pelas quais o corpo é arrancado de seu espaço próprio e projetado em um espaço outro” (2013, p.12). A projeção dos sujeitos para além do espaço material fomenta então um corpo utópico, cuja potência extrapola os limites físicos.

A utopia é um lugar fora de todos os lugares, mas um lugar onde eu teria um corpo sem corpo, um corpo que seria belo, límpido, transparente, luminoso, veloz, colossal na sua potência, infinito na sua duração, solto, invisível, protegido, sempre transfigurado; pode bem ser que a utopia primeira, a mais inextirpável no coração dos homens, consista precisamente na utopia de um corpo incorporeal. (2013, p. 8).

Em texto sobre Foucault, Philippe Sabot considera que o corpo utópico seria uma projeção do corpo físico realizada através de práticas culturais: “é essa virtualidade utópica que o corpo atualiza em certas experiências ou certas práticas culturais (máscara, tatuagem, maquiagem, possessão) que confunde a fronteira do sagrado e do profano, do eu e do outro, do interior e do exterior e que literalmente coloca o corpo fora de si, o torna outro” (SABOT, 2012, p.15. Tradução nossa). Nos ambientes digitais, nos fazemos representar através da projeção de um corpo idealizado a partir de nossas preferências, um corpo cuja imagem escolhemos.

A foto e o nome de perfil utilizados na plataformas onde ocorrem as *lives*, são elementos gráficos que se aproximam do que Foucault chama de corpos utópicos. São corpos ora icônicos, ora indiciais, ora simbólicos que geram um efeito material e produzem variados sentidos. As fotos e textos de perfil podem ser lidas como signos que: a) muitas vezes guardam semelhanças visuais diretas com o referente – quando são usados ícones como fotos, desenhos ou outras representações gráficas da aparência do usuário do perfil; b) algumas vezes trazem elementos indiciais – quando são usadas imagens que apenas remetem ao autor do perfil como animais de estimação, objetos usados na vida pública, elementos da natureza e grafismos mais abstratos; c) podem empregar elementos simbólicos – bandeiras, escudos, logomarcas etc. Os signos linguísticos do nome de perfil (que geralmente difere do nome civil) também são do campo simbólico e contribuem na projeção utópica digital. A ambiência

abriga, portanto, possíveis corpos utópicos de uma plateia que adota representações de si. Longe de querer esgotar essa possibilidade de leitura, trazemos as ideias de Foucault como uma hipótese para entender os corpos velozes, soltos e transfigurados que transitam e constituem a recepção ativa durante as *lives* musicais. Também para perguntar: onde estão afinal estes corpos? Eles estão na superfície das telas onde todos se reúnem virtualmente ou no ambiente físico de onde as pessoas veem as telas?

O lugar ocupado por boa parte da população mundial durante o distanciamento social em 2020 foi o seu espaço da moradia que, “dessacralizado”, tornou-se *home-office*, área de lazer familiar, sala de aula para crianças e/ou adultos entre outros posicionamentos. As residências se transformaram em *topoi* que, segundo Foucault, são heterotopias: espaços localizáveis que abrigam multiplicidades. Em “Outros espaços”, o filósofo afirma que heterotopias são “espécies de utopias efetivamente realizadas nas quais os posicionamentos reais, todos os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior da cultura estão ao mesmo tempo representados, contestados e invertidos, espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, embora eles sejam efetivamente localizáveis” (2009, p. 415).

Os jardins foram os primeiros espaços heterotópicos, segundo Foucault. Ele aponta que, a partir da modernidade, surgem heterotopias diversas como museus e bibliotecas, por reunir obras realizadas em tempos distintos⁵; espaços de atividades sazonais, como feiras e colônias de férias; teatros e salas de cinema, porque abrigam variados cenários montados ou projetados. Sabot compara: “utopias formam ou designam lugares sem lugar real, heterotopias formam ou designam lugares reais funcionando como contra-lugares” (2012, p.9. Tradução nossa).

Assim como no cinema, onde o aparato de projeção e o conteúdo projetado possibilitam heterotopias espaço-temporais, a ambiência composta pela tela dos aparelhos onde vemos as *lives* e os locais onde estamos fisicamente a olhá-las geram heterotopias espaciais. Há, diferentemente do que ocorre no cinema, uma sincronia temporal na performance musical e teatral transmitidas ao vivo pelas plataformas digitais. Ocorre que no teatro e no cinema os corpos da audiência estão presos à materialidade do aqui e agora, partilhando os mesmos aromas, sujeitos ao calor ou ao frio e ao barulho do ambiente e, diferentemente disto, as presenças nas *lives* ocorrem de maneira utópica. Seguindo a hipótese de que há corpos utópicos das *lives*, estes corpos ocupam posições sem lugar real: constituem uma plateia ausente fisicamente porém que tem sua materialidade levada em conta na poética

⁵ “O projeto de organizar assim uma espécie de acumulação perpétua e infinita do tempo em um lugar que não mudaria, pois bem, tudo isso pertence à nossa modernidade. O museu e a biblioteca são heterotopias próprias à cultura ocidental do século XIX.” (Foucault, 2009, p. 419).

de quem transmite e que tem agência na performance através do acionamento dos recursos de interação dos sistemas das plataformas de transmissão.

Mas onde se dá a agência dos corpos utópicos audiência: no espaço heterotópico que constitui o cenário de onde são transmitidas as lives ou na interface gráfica/visual das plataformas? De uma perspectiva foucaultiana, a resposta pode incluir as duas alternativas. Foucault descreve um lugar em que estão concentrados tanto a utopia quanto a heterotopia: o espelho. E este objeto se apresenta como uma metáfora cabível para pensar o espaço da performance nas *lives*. Os elementos do espelho enquanto *topos*, conforme foram descritos por Foucault nos anos 1960 convidam a estabelecer relações com a ambiência das telas atuais em geral⁶:

O espelho, afinal, é uma utopia, pois é um lugar sem lugar. No espelho, eu me vejo lá onde não estou, em um *espaço irreal que se abre virtualmente atrás da superfície*, eu estou lá longe, lá onde não estou, uma espécie de sombra que me dá a mim mesmo minha própria visibilidade, que me permite me olhar lá onde estou ausente: utopia do espelho. Mas é igualmente uma heterotopia, na medida em que o espelho existe realmente, e que tem, no lugar que ocupo, uma espécie de efeito retroativo; é a partir do espelho que me descubro ausente no lugar em que estou porque eu me vejo lá longe. (FOUCAULT, 2009, p. 415. Grifo nosso).

Vale observar que boa parte das transmissões de *lives* ocorre com câmeras no modo *selfie* e ainda que o público também vê um reflexo de si (seu corpo utópico, conforme nossa hipótese) ao interagir utilizando funcionalidades das plataformas. Em suas transmissões diárias no Instagram, por exemplo, a sambista Teresa Cristina costuma usar literalmente a tela como espelho para retocar o batom, ao tempo em que cria para si corpos utópicos ao utilizar filtros. Tanto a performer quanto o público veem seu reflexo no mesmo plano bidimensional. As telas comportam e refletem os corpos do performer e os corpos utópicos do público em ação representados no campo de comentários que fica no mesmo plano bidimensional.

O cenário da live é uma heterotopia por abrigar os cenários construídos nas canções conforme o tema das letras, os gêneros e as cenas e a ambiência cultural a eles relacionados. As canções de umbanda, o rock dos anos 1980 ou os sambas de quadra – que foram temas de *lives* de Teresa Cristina, por exemplo – sugerem espaços outros e interagem com o cenário doméstico onde ocorre a transmissão. As telas compõem com o ambiente concreto onde cada um estava confinado em distanciamento social um espaço utópico e heterotópico. Autores de

⁶ Morto em 1984, Foucault não conheceu a internet, as telas, tampouco outros aparatos tecnológicos digitais. Os textos aqui utilizados foram escritos em 1967 e publicados postumamente nos anos 1980, as edições brasileiras consultadas são as mais atuais.

lives dividem a mesma tela com os corpos-signos da plateia e com artistas convidados que se encontram distantes fisicamente, mas participam das transmissões partilhando uma sincronia. Os músicos recorrem aos ouvidos da recepção para ter um *feedback* sobre a qualidade técnica da transmissão e agir com relação ao microfone e demais *hardwares* e *softwares*. Músicos e cantores convocam a recepção a sair do seu ambiente heterotópico e ingressar em um outro (e um mesmo) espaço utópico quando pedem para que o público cante “junto” ou faça outro tipo de participação corporal (dançar, bater palmas etc.) que não se refletirá no espelho audiovisual onde todos se “encontram”. Cabe inclusive considerar que nas telas-espelho, utopias-heterotópicas, os corpos dos performers e da recepção são corpos sem órgãos no sentido que formulam Deleuze e Guattari (2000, v. 1): são corpos em rede.

Observamos durante a pesquisa nas *lives* que a recepção aciona, por exemplo, os comentários de texto para encenar um “cantar junto” digitando versos da estrofe ou do refrão da canção que está sendo executada. Também que os signos-plateia interagem, se reconhecem, se cumprimentam, dialogam na superfície utópico-heterotópica das respectivas telas, em socialidades e ritualidades que se aproximam e se distinguem daquelas que ocorrem em uma plateia presencial. Teresa Cristina chegou a criar um termo para fazer piada com os flertes que ocorrem entre integrantes do público de suas *lives* diárias no Instagram: “Cristinder”, uma referência ao aplicativo de encontros Tinder.

Até aqui tratou-se de algumas interações entre os *performers*, seu público e a ambiência onde eles se encontram durante as *lives* musicais. A seguir pensamos outros agentes destas performances a partir da Teoria Ator-Rede (TAR).

Vírus, provedores e plataformas: agentes na cultura das *lives*

Para Bruno Latour, “qualquer coisa que modifique uma situação fazendo diferença é um ator – ou, caso ainda não tenha figuração, um actante” (2012, p.108). Na perspectiva da Teoria Ator-Rede (TAR), quando as coisas intermediam processos dentro do esperado, sua agência é pouco “visível”, mas quando funcionam de forma alterada, quando há alguma controvérsia, as ações das coisas ganham visibilidade. É como se alguns fatos rompessem caixas-pretas que, assim como os objetos que gravam todos os comandos e comunicações de uma aeronave, apenas são abertas quando algo tem uma agência inesperada. Os atores não-humanos ficam ora latentes participando de complexas relações invisibilizadas pelo efeito da caixa-preta, ora mais perceptíveis (principalmente se provocam controvérsias), porém integram sempre a composição das redes sociotécnicas. Isto porque, conforme a TAR, “além

de ‘determinar’ e servir de ‘pano de fundo’ para a ação humana, as coisas precisam autorizar, permitir, conceder, estimular, ensinar, sugerir, influenciar, interromper, possibilitar, proibir etc.” (2012, p. 109). Quais seriam os agentes relacionados a estes verbos e às *lives*?

Um influente ator em vários aspectos da vida mundial no ano de 2020 e para a convergência de interesses e audiências nas *lives* musicais é a própria pandemia do vírus Sars-CoV-2, que restringiu o ir e vir das pessoas nas cidades, ocasionou o fechamento de espaços coletivos e gerou um aumento no consumo de produtos culturais transmitidos via *streaming* em sincronia com sua realização e de arquivos digitais. Convém lembrar que a transmissão midiática da música de maneira sincrônica à sua execução ocorre desde os primórdios do rádio e da televisão, mas nunca chegando aos patamares de 2020 quando algumas *lives* brasileiras no YouTube tiveram alcances superiores a 2,5 milhões de internautas⁷ conectados simultaneamente. A TV aberta adotou de início o formato de transmissão ao vivo do rádio. Nos anos 1960, os festivais de música popular brasileira, promovidos e exibidos em tempo real pelas emissoras de TV comerciais, eram a atração de maior audiência daqueles veículos. Depois deles, a transmissão de grandes concertos, de festivais e de eventos com protagonismo musical, como o Carnaval de Salvador, continuou a fazer parte das grades de programação das TVs abertas e por assinatura. O formato, com algumas variações – como a inserção ou não de comentários, de entrevistas, de cenas de bastidores etc. – continuou neste século XXI pré-pandemia, mas nunca se verificou tanto interesse pelas transmissões realizadas em redes telemáticas quanto durante a fase mais aguda do distanciamento social em 2020.

Note-se que serviços de *streamings* de audiovisuais em tempo real acessíveis aos usuários comuns surgiram em plataformas como o Twitcam, Ustream e Livestream, em 2007. O YouTube lançou uma funcionalidade de transmissão ao vivo em 2008 e teve na música o seu principal atrativo. O Instagram possibilita a realização de transmissões ao vivo desde 2016 e o Facebook tem a funcionalidade desde 2017. Estes recursos vinham sendo utilizados, mas sem o impacto e a repercussão comunicacional de que tiveram durante a pandemia. Na medida em que o fluxo de pessoas nos espaços coletivos das cidades diminuiu, cresceu a utilização dessas modalidades de transmissão digital e aumentaram também as controvérsias em torno delas.

A ação do serviço de conexão nas redes telemáticas e sua interferência na fruição e estética das *lives* se tornou mais notável no primeiro semestre de 2020. Era comum ouvir nas

⁷ Até junho de 2020 as cinco maiores alcances de audiências no YouTube eram: 1 – Marília Mendonça, 8 de abril, 3,31 milhões; 2 – Jorge & Mateus, 4 de abril, 3,24 milhões; 3 – Andrea Bocelli (Itália), 12 de abril, 2,86 milhões; 4 – Gustavo Lima, 11 de abril, 2,77 milhões; 5 – Sandy & Júnior, 21 de abril, 2,55 milhões. Fonte: *Correio Brasiliense*. Disponível em: https://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2020/06/06/interna_diversao_arte,861694/brasil-lidera-o-ranking-mundial-de-lives-no-youtube.shtml. Acesso em 21/07/2020.

lives sons entrecortados, ver imagens borradas ou pausadas, ouvir cantos e falas sem sincronia com as imagens devido às falhas ou limitações técnicas dos provedores das redes. Isto expandiu o padrão do que se tolera ou considera esteticamente aceitável. Os problemas de conexão aborrecem, mas na maioria dos casos manteve-se o interesse no que está sendo transmitido. É possível até que o efeito estético do falhado seja reproduzido intencionalmente em expressões futuras como opção visual para compor narrativas de videoclipes e outros formatos, em uma operação correspondente à do filme que inaugurou a série *A Bruxa de Blair*, em 1999, por exemplo, no qual a resolução da fita magnética de vídeo e os movimentos característicos de filmagens amadoras foram empregados como recurso expressivo.

Outro ator marcante para as poéticas *lives* são as próprias plataformas de transmissão, que parte das lógicas de produção e agenciam de mediações significativas nas transmissões. Conforme Jesús Martín-Barbero, as mediações que ocorrem entre as matrizes culturais, que neste caso são as músicas executadas nas *lives*, e as lógicas de produção, são do âmbito das institucionalidades. Estas mediações se relacionam à monetização das performances, à remuneração dos *performers* e de autores e a todo o aparato político-institucional envolvido nesta relação. Os algoritmos e sistemas de vigilância das plataformas de compartilhamento derrubam *lives* quando julgam que há uma infração relacionada a dispositivos (AGAMBEN, 2019) como *copyrights* ou direitos autorais.

Lives rentáveis por gerarem fluxo de audiências que involuntariamente produzem dados para as plataformas – dados estes muitas vezes vendidos a terceiros – não foram derrubadas por questões de direitos autorais durante o período observado. Já as *lives* de DJs foram o alvo preferencial dos sistemas de vigilância e da interrupção, o que põe em cena a própria relação entre as plataformas e os demais setores da cadeia musical. Por utilizarem material gravado, ou seja, fonogramas editados por divisões dos departamentos de artistas e repertório de grandes gravadoras, que possuem um aparato de cobrança e direta ou via ação judicial, as *lives* do tipo *djning* são mais vigiadas. Isto sugere políticas diferentes por parte das plataformas com relação aos interesses do capital empresarial (as gravadoras e suas editoras) e ao Escritório Central de Arrecadação de Direitos Autorais (Ecad), órgão brasileiro responsável por recolher e repassar às associações musicais os direitos dos autores de composições, arranjos e performances.

O mapa noturno das mediações traçado por Jesús Martín-Barbero continuará a ser mobilizado para tecer na próxima seção um breve comparativo entre duas plataformas: o Instagram e o Youtube. Opta-se pelo recorte a fim de discutir mais detidamente situações

específicas das plataformas estudadas, que requerem, conforme a TAR, uma abordagem descritiva associada à análise.

Instagram e Youtube: mediações e poéticas

A funcionalidade de *lives* do Instagram impõe, de pronto, enquadramentos verticais, uma agência determinante na estética destas transmissões. A imagem tem interferências gráficas da plataforma na parte superior da tela (identificação do perfil de quem transmite e do número pessoas acompanhando) e enseja interferências gráficas dos usuários na lateral direita (os corações). Na parte inferior da tela, os comentários e os botões relacionados a eles podem ser ativados ou não pelo autor da *live* (o único que pode deixar um comentário fixado também). Embora seja possível assistir as *lives* pelo computador pessoal, tablet ou notebook, o Instagram privilegia o uso de aparelhos celulares ou tablets para a transmissão. Isto confere à poética da maioria das *lives* um caráter de produção informal, feita com uma só câmera e sem edição. O enquadramento vertical e o uso do microfone do celular ou dos *headphones* com fios desfavorecem planos abertos e quase impõem planos próximos. Para obter planos do corpo inteiro de um ou mais artistas sem prejudicar a captação do som é preciso dispor de microfone e amplificador. Nas *lives* do Instagram registramos variações que vão dos planos médios (pouco comuns, mas que ocorreram nas *lives* de Letrux e Marina Lima, por exemplo⁸) aos *closes* (os planos fechados no rosto) que foram muito mais frequentes e ativam sentidos de proximidade ou intimidade.

A informalidade e o amadorismo fazem parte das tecnicidades agenciadas na plataforma, resultando em mediações que “apontam então para o novo estatuto social da técnica, para o rearranjo do sentido do discurso e da praxe política, para o novo estatuto da cultura e para os caminhos da estética” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p.236). Um manancial de exemplos neste sentido são as *lives* diárias de Teresa Cristina no Instagram, cujo alcance oscilava entre dois mil e 14 mil internautas, no período observado. Embora tenha passado a fazer transmissões com produção mais profissionalizada no YouTube⁹ após a repercussão de suas performances iniciadas desde 16 de março no Instagram, a sambista destacou-se por ter experimentado e improvisado a partir das tecnicidades do Instagram, com as quais foi se familiarizando ao longo do tempo.

⁸ Tanto Letrux quanto Marina amplificaram o som.

⁹ A primeira *live* de Teresa Cristina no YouTube patrocinada por uma marca de cerveja ocorreu no dia 30 de maio de 2020 e teve um alcance de público que oscilou entre 20 e 30 mil pessoas.

Teresa Cristina faz da tela um espaço utópico-heterotópico, uma ambiência que é um misto de mesa de boteco onde ocorre uma conversa íntima e informal entre amigos – ela inclusive se dirige à audiência e responde o que as pessoas escrevem no *chat* –, palco de apresentação em barzinho com direito a canjas dos convidados, programa de entrevista em que a cantora e compositora faz as vezes de âncora e entrevistadora, diário eletrônico de uma artista na pandemia, palanque para lideranças ligadas às causas das minorias e aos partidos esquerda e é possível que alguma outra descrição escape a este texto pelo fato de que a artista segue experimentando em suas emissões diárias. Há uma *praxe* política na própria forma como Teresa Cristina roteiriza suas *lives* no Instagram. A cantora abre as transmissões com convidados tocando música instrumental a fim de dar visibilidade a este segmento musical. Frequentemente explicita sua opção por convidar primeiro mulheres ou pessoas negras. Abre espaço para pessoas que ela nunca viu, mas que mandaram mensagens tratando de temas que considera relevantes, como poetas negras, indígenas, militantes LGBTQI+, pessoas envolvidas em ações humanitárias. Ela mesma se posiciona francamente como de esquerda e tece críticas políticas durante as transmissões.

Se por um lado o canto à capela de Teresa em frente ao celular flexibiliza o padrão de consumo da canção, configurando uma estética do despojamento e da simplicidade, por outro lado as falas da artista fornecem um contraponto pela complexidade das discussões, por trazerem muitas informações sobre as músicas e seus autores, e por incluírem outros aspectos da cultura e da política. A sambista também aproveita as canções como gancho para “entrevistar” seus convidados, estimulando-os a comentar sobre a fatos do dia e sobre suas experiências culturais. Foram comuns entre os comentários de usuários as frases dando conta de que estariam tendo uma “aula” – especialmente quando Teresa ou seus convidados falam sobre música, teatro, cinema, religiões de matriz africana, entre outros temas. Ocorre, portanto, um rearranjo do discurso.

Outra agência do Instagram, o limite do tempo de streaming, é frequentemente mencionada por Teresa e por outros artistas quando se despedem. É preciso encerrar e salvar a *live* em vez de deixar a plataforma “derrubar” a transmissão, porque neste segundo caso não é possível obter o material em arquivo. Esta é uma agência que condiciona o roteiro das performances.

O YouTube não limita o tempo de *streaming* e adota um padrão de tela horizontal mais próximo ao dos aparelhos de TV. O usuário registrado tem páginas chamadas de canal – e não de perfil. Estes são apenas alguns dos aspectos que diferem do Instagram e que aproximam a plataforma das lógicas de produção da televisão. Embora disponibilize

funcionalidades de redes sociais, como já observavam Burges e Green (2009), ao longo do seu desenvolvimento o YouTube incluiu também funcionalidades que têm correspondências mais diretas com recursos técnicos encontrados na TV convencional (edição de imagens, legenda, inclusão de animações etc.). A imagem pode ter edição simultânea à transmissão, com o emprego de *hardwares* ou *softwares* externos à plataforma, o que permite o uso de mais de uma câmera. Encontra-se, então, na plataforma uma tensão entre pelo menos dois aspectos: o modelo de comunicação audiovisual anterior à digitalização e as características inerentes à plataforma e ao contexto de conectividade digital. “A ideia por trás da marca YouTube é que o consumo de audiovisual em *streaming* permite ao usuário confeccionar uma grade personalizada de programas e postagens de vídeos sem a necessidade dos filtros das produtoras profissionais de audiovisual” (JANOTTI JR. 2020, p 29).

Desde a aquisição do YouTube pelo Google, as aproximações entre a plataforma e a TV se intensificaram gerando acordos quanto a direitos autorais, criação de canais de emissoras convencionais no site, produção de conteúdos envolvendo canais online, TV e outras mídias de grupos de comunicação *mainstream*, além de uma significativa transformação na interface. “Em finais de 2011, o Google anunciou o casamento do YouTube com seu antigo inimigo, a televisão, e mudou de maneira radical a interface do site” (DIJCK, 2016, p. 118. Tradução nossa).

A aproximação com a TV se dá também nos formatos adotados. Na *live* de Nando Reis, em 22 de abril de 2020, por exemplo, houve o uso de duas câmeras e o efeito de fusão foi bastante empregado na edição. As câmeras realizavam movimentos (pequenos *travellings* e panorâmicas) pelo cenário, as lentes alternavam entre planos médios mostrando o artista em seu ambiente, closes no artista cantando e planos de detalhe da mão dedilhando o violão em momentos instrumentais das canções, dialogando com a sintaxe televisiva. Mais de 482 mil pessoas acompanharam a transmissão ao vivo de voz e violão do compositor, que ocorreu no ambiente de uma sala de música com discos de vinil e aparelhos de escuta, plantas e uma lareira. A estética seguiu uma gramática comum aos musicais ao vivo ou gravados exibidos pela TV em canais por assinatura e abertos. As *lives* de Roberto Carlos (com cerca de 568 mil espectadores) e de Alcione (média de 150 mil espectadores), nos dias 19 e 21 de abril, respectivamente, também contaram com duas câmeras e as edições privilegiaram o chamado “corte seco” bastante comum na linguagem televisiva, confirmando a aproximação entre as *lives* nesta plataforma e os padrões televisivos.

As tecnicidades e audiências no YouTube se refletem ainda no modelo de monetização das *lives* que são transmitidas ali. A plataforma é a preferida para as chamadas

lives “patrocinadas”, nas quais as empresas fazem publicidade de sua marca ou de produtos durante a transmissão. Isto se dá em parte porque a inserção de publicidade e de outros conteúdos de texto e gráficos no frame da imagem pode ser feita pelo usuário do canal¹⁰, que tem controle sobre o que é exibido no modo de tela cheia. Comentários, número de *views* da transmissão, *likes* e todas as outras informações geradas pelo YouTube e pela audiência aparecem no entorno da tela de transmissão, diferentemente do Instagram, onde estes elementos aparecem no mesmo plano da imagem vertical.

Não por acaso, a plataforma é bastante utilizada em produções que envolvem a exibição parcial (ou também completa) do mesmo conteúdo em canais de TV abertos ou por assinatura. Em comparação com o Instagram, a interferência gráfica do YouTube na imagem gerada pelo performer é menor porque os elementos gráficos fixos da plataforma estão fora da tela principal e desaparecem quando o espectador aciona o modo de tela cheia. A imagem frequentemente é monitorada por quem edita a performance e não por quem atua. Isto reduz o potencial das características que Foucault atribui ao espaço do espelho. A tela no YouTube é sem dúvida um espaço heterotópico, vira um misto de palco e de estúdio ou de palco e espaço doméstico, a depender da locação da transmissão. Os usuários logados (corpos utópicos) interferem no discurso apenas se o espectador reduzir a tela principal e acompanhar os comentários da barra lateral. Por outro lado, atores não-humanos que já faziam parte da estética da música ao vivo ou gravada em formato audiovisual têm maior visibilidade no YouTube do que no Instagram. Figurino, cenário, luz, equipamentos de sonorização, instrumentos (e também a redução ou ausência deles) e outros elementos que constituem as visualidades tiveram reposicionamentos distintos a depender da plataforma.

Acompanhando as *lives* do Youtube, percebe-se que artistas alternativos ou de médio porte conseguiram, no período observado, articular melhor as necessárias reconfigurações das visualidades, justamente por estarem mais acostumados a lidar com formatos concisos e a dialogar com o público em performances intimistas. Após a polêmica em torno das *lives* de músicos do sertanejo e de outros gêneros do *mainstream* (pela exposição dos profissionais da técnica nas produções rebuscadas) a também *mainstream* Ivete Sangalo quis comunicar responsabilidade compondo um cenário doméstico em sua *live* transmitida parcialmente pela Globo e pelo Multishow e integralmente pelo Youtube, onde atraiu mais de 231 mil internautas. No Simpósio Som e Música em Tempos de Pandemia¹¹, Simone Pereira de Sá comentou a *live* de Ivete considerando a TAR e destacou um agente que foi também objeto

¹⁰ A *live* de Nando Reis, por exemplo, foi patrocinada pelo Banco de Brasília (BRB).

¹¹ Disponível em: <https://youtu.be/gVMQsi0LJBc>. Acesso em: 05/10/2020.

de repercussão da performance da cantora nas redes sociais: o pijama rosa de bolinhas. Para Sá, ao se revelar um figurino desconfortável, o traje abriu a caixa preta. Do ponto de vista da comunicação, a controvérsia gerada pelo pijama é positiva, uma vez que foi assunto para postagens de fãs, *tuites* e outros desdobramentos midiáticos da performance. Embora Ivete Sangalo tenha optado por uma narrativa do informal percebe-se uma intencionalidade nesta performance que busca encenar o improviso. O planejamento prévio se revela no próprio posicionamento das várias câmeras e na curva dramática do show, que se encerra com canções animadas, dançantes, como manda um roteiro do gênero *axé-music*.

De uma forma geral, as heterotopias constituídas a partir dos cenários de exibição de *lives* no YouTube trazem sempre a referencialidade do palco e algumas vezes dialogam com a estética dos programas de entrevistas de TV, principalmente quando há a participação de convidados e a tela se divide para um diálogo entre o autor da *live* e o participante. Já houve transmissões feitas em jardins (*live* de Letrux no Instagram), quartos, salas, salas de música, copas, cozinhas, estúdios de ensaio, palcos de teatros sem a presença do público entre outros ambientes. Os espaços de atividades musicais e os espaços domésticos onde normalmente se receberia convidados (salas e áreas externas) foram em geral mais propícios às transmissões com mais recursos de produção. O clima íntimo de quartos e ambientes de uso familiar foram mais vistos em transmissões do Instagram, com uma única câmera, embora o formato apareça também no YouTube.

Considerações finais

A transmissão digital em *streaming* passou a atrair um público mais amplo após a pandemia e houve uma ampliação das interações entre o formato das *lives* e a linguagem das mídias convencionais, por uma questão contingencial: a produtoras de audiovisuais e emissoras de TV aberta e por assinatura se viram obrigadas a interromper boa parte de suas produções e precisaram buscar conteúdos alternativos para exibir e repercutir. A música pop do Brasil foi uma das expressões que mais se projetou neste contexto de reconfiguração comunicacional, tendo em vista os recordes mundiais de audiências das *lives* brasileiras.

Em paralelo à expansão da popularidade, o próprio formato, ou a poética das *lives* de música, está se transformando, principalmente no Instagram. Considerando aspectos sobre os corpos e espaços no ambiente virtual das *lives*, percebemos que o Instagram enseja uma poética mais informal, ou alternativa. Bastante utilizado para performances de artistas do *mainstream* no período observado, o Youtube agenciou *lives* geradoras de controvérsias que

sinalizam para um despreparo do segmento mais comercial da música popular urbana ao lidar com produções de menor porte e com a necessidade do improviso, embora isso não signifique uma repercussão negativa na esfera da recepção. Espelhar o caseiro e incorporar a circunstância atípica no roteiro da performance foi uma solução adotada por alguns artistas e causou menos ruído do que as tentativas de encenar as superproduções dos palcos nas *lives* de alguns dos recordistas de público do YouTube, cujas apresentações foram anteriores ao período de observação desta pesquisa.

Não se pode perder de vista que o interesse pelas *lives* é bastante influenciado pelas agências do isolamento social. A retomada das apresentações coletivas presenciais resultará em redução nas audiências das *lives*, mas certamente o número de *views* será superior aos patamares anteriores ao isolamento, devido à expansão e repercussão que este formato cultural vem obtendo no atual contexto.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo. In: **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009, p. 27-51.
- BURGES, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Trad. Ricardo Giassetti. São Paulo: Aleph, 2009.
- DELEUZE, Gilles; GATTARI, Félix. **Mil Platôs:** capitalismo e esquizofrenia. Coord. trad. Ana Lúcia de Oliveira. São Paulo: Editora 34, 2000. v. 1.
- DIJCK, José van. **La cultura de la conectividad:** Una historia crítica de las redes sociales. Trad. Hugo Salas. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.
- FOUCAULT, Michel. 1984 – Outros Espaços. In: **Ditos e escritos**, vol. III – estética: literatura e pintura, música e cinema. Trad. Inês Autran Dourado Barbosa. 4 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009. p. 411-422
- FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico, As heterotopias.** Trad. Salma Tannus Muchail. São Paulo: n-1 edições, 2013.
- JANOTTI JR, Jeder. **Gêneros musicais em ambientações digitais.** Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFMG, 2020.
- LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social:** uma introdução à teoria do Ator-Rede. Trad. Gilson Cesar Cardoso de Sousa. Salvador – Bauru: Edufba; Edusc, 2012.
- SABOT, Philippe. Langage, société, corps. Utopies et hétérotopies chez Michel Foucault. **Materiali Foucaultiani, mf/materiali foucaultiani**, 2012, I (1), pp.17-35. Disponível em: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00746742>. Acesso em: 01 set. 2020.