

Universidade Federal de Pernambuco
Departamento de Comunicação

GUILHERME HENRIQUE VIEIRA GATIS

***“LEIA, BAIXE E OUÇA:
A crítica da Música Pop e Suas Relações Com a Internet”***

RECIFE
2007.2

GUILHERME HENRIQUE VIEIRA GATIS

***“LEIA, BAIXE E OUÇA:
A crítica da Música Pop e Suas Relações Com a Internet”***

RECIFE
2007.2

GUILHERME HENRIQUE VIEIRA GATIS

***“LEIA, BAIXE E OUÇA:
A crítica da Música Pop e Suas Relações Com a Internet”***

Ensaio de conclusão de curso apresentada à Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo.

Aprovado em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Agradecimentos

Uma das manias de quem passou a segunda metade dos anos 90 gastando as mesadas com discos é ler os agradecimentos, no final dos encartes dos discos. Em linhas gerais os artistas agradeciam à família, a Deus (os que acreditavam) e também a um sem número de nomes, conhecidos e desconhecidos. De certa forma a MP3 acabou com esse gostinho de saber a quem os músicos que gravaram os álbuns que escutei são gratos. Os discos baixados na internet, mesmo quando possuem, junto ao arquivo, imagens da capa, não trazem mais a lista de agradecimentos.

A página de agradecimentos de um trabalho acadêmico é mais ou menos semelhante a dos álbuns. Cabe, aqui, prestar homenagem às pessoas que de alguma forma contribuíram para o desenvolvimento desse trabalho.

O encarte do álbum “Modern Life is Rubish”, segundo na discografia da banda inglesa Blur, lançado em 1993, tem o que considero a melhor página de agradecimentos que já li. Em uma página totalmente azul está escrito, em letras brancas, a seguinte frase: “Friends (you know who you are), THANK YOU”.

Gostaria de fazer minha essa forma simples e prática de agradecer a quem me ajudou indireta e diretamente para a conclusão desse trabalho. Não preciso recorrer a seus nomes, meus caros, vocês sabem que sou muito grato.

Sumário

Introdução	6
Capítulo 1: Conceitos Iniciais	8
1.1 Indústria fonográfica, cultura pop, rock e outros conceitos	8
1.2 Música e tecnologia	11
1.3 A Música Popular Massiva	12
Capítulo 2 - A crítica da música popular massiva	14
2.1 - Jornalismo Cultural	14
2.2- A imprensa musical	15
2.3 – A imprensa musical no Brasil	17
Capítulo 3 – As estratégias da crítica	20
3.1 – A crítica da música popular massiva enquanto gênero	20
3.2 - As estratégias argumentativas da crítica: a ideologia do rock	22
Capítulo 4 – A música popular massiva na cibercultura	29
4.1 - Cibercultura e música popular massiva - primeiras impressões	29
4.2.1 – A música na Cibercultura: Consumo	30
4.2.2 - A "crise" da indústria fonográfica	33
4.2.3 – Música digital e mobilidade	34
4.3.1 – A produção da música popular massiva na cibercultura	37
Capítulo 5 – A difusão da música popular massiva na internet	40
5.1 – Allmusic Guide (www.allmusic.com)	40
5.2 - Pitchfork Media (www.pitchfork.com)	44
5.3 – Popload (www.lucioribeiro.com.br)	47
5.4 – Rate Your Music (www.rateyourmusic.com)	47
Conclusão	50
Bibliografia	51
Apêndice – imagens	53

Introdução

“Leia, baixe e ouça”. A seqüência de verbos no imperativo que intitula esse ensaio é uma tentativa de síntese do processo de fruição da música popular massiva tal qual ele é percebido na cibercultura. Para chegar a um artista, canção ou álbum o consumidor de música precisa, primeiro, se informar sobre a obra. Essa informação pode chegar via leitura de resenhas críticas disponíveis em sites, comunidades de redes sociais, jornais ou revistas especializadas. Se a leitura tenha, ao menos, despertado algum tipo de estímulo ou provocação, o caminho natural do consumidor é procurar pela obra comentada. Nesse sentido, o termo “baixe” está diretamente relacionado ao formato digital das músicas e ao download, ação de transferir, “baixar” um arquivo de servidores remotos diretamente para um computador pessoal, via web. O ato de ouvir, a fruição em si, é a última etapa da cadeia, que não se encerra. O download pode ser recomendado a amigos em fóruns ou via e-mail, a crítica, se disponível na internet, pode ser comentada e repercutida com o próprio autor. As assimilações decorrentes do ato de ouvir também podem gerar novas leituras e novos downloads.

Decerto que o caminho percorrido entre o consumidor e a música não é necessariamente o descrito acima. Não há qualquer regra que determine a forma como a música chega até o ouvinte, em especial a música pop, normalmente associada às lógicas de distribuição massivas. Os textos críticos certamente não são a única forma de se inteirar sobre música, muito menos o download é a única forma de se ter acesso às canções. Mas é a ação de leitura de resenhas críticas, estejam elas disponibilizadas em formato web ou não, o uso da internet para o acesso às canções e o próprio ato de consumo da música popular massiva que interessam a esse ensaio.

Assumindo que a mediação desencadeada pelas estratégias argumentativas de um texto crítico pode ser considerada uma das etapas do processo de fruição se faz necessário, portanto, contextualizar a importância dessas produções midiáticas nas etapas de produção, circulação e consumo de música. Também é importante entender como as inovações tecnológicas, que forçaram um novo arranjo nas lógicas industriais de produção da música popular massiva, descortinam, também, novos rumos para os processos de crítica, que é essencialmente colaborativa em ambiente web.

No entanto, para entender as lógicas e estratégias da crítica na valoração de obras musicais é preciso, primeiramente, trabalhar alguns conceitos que serão úteis no decorrer do trabalho. Como o ensaio se foca na crítica e em seus processos de mediação da música popular massiva, termos como cultura popular e cultura pop, música pop e indústria cultural necessitam de um maior detalhamento teórico. Este detalhamento, estes conceitos iniciais são trabalhados no primeiro capítulo do ensaio.

Os segundo e terceiro capítulo procuram situar, dentro do universo da música popular massiva, a imprensa musical e a crítica de música. Partindo do conceito de jornalismo cultural e de imprensa musical, o capítulo 2 desenvolve algumas noções de como essa imprensa dialoga com as lógicas da indústria fonográfica e traça uma breve trajetória da Bizz, a principal revista de música brasileira. Já no terceiro capítulo se conceitua a crítica da música popular massiva enquanto um gênero específico do jornalismo. A “ideologia do rock”, um dos pilares argumentativos da crítica de música pop é analisado a partir de sua aplicação em resenhas críticas do grupo inglês Radiohead, publicadas na revista Bizz.

Uma vez entendidos os processos realizados pela crítica, os capítulos quarto e quinto investigam as modificações que as noções de cibercultura ocasionam nos processos de produção, circulação e consumo da música popular massiva. No quarto capítulo são investigadas como essas reorganizações interferem no consumo e na produção da música. Já o quinto se foca nas questões relacionadas à difusão midiática da música proporcionada pela crítica a partir da análise de quatro sites com propostas de mediação distintas.

Capítulo 1 – Conceitos Iniciais

1.1 – Indústria fonográfica, cultura pop, rock e outros conceitos

“Oh, claro que posso entender o menosprezo das pessoas pela música pop. Sei que grande parte dela, quase toda, é lixo, sem a menor imaginação, mal escrita, mal produzida, vazia, repetitiva, imatura (embora pelo menos quatro desses adjetivos possam ser usados para descrever os incessantes ataques ao pop que ainda encontramos em revistas e jornais de nível); também sei, acreditem, que Cole Poter era “melhor” do que Madonna ou Travis, que a maioria das canções pop é dirigida cinicamente a um público-alvo três décadas mais jovem do que eu, que a época de ouro foi há trinta e cinco anos e que desde então houve pouca coisa significativa. Só que tem essa canção que ouvi no rádio e comprei o CD e agora tenho que ouvi-la dez ou quinze vezes por dia...” (Hornby, 2003: 23)

O trecho acima, extraído do livro *31 Canções*, do escritor inglês Nick Hornby, é uma definição precisa, ainda que não esteja presente em um trabalho acadêmico, do fascínio que a música pop pode causar, ainda que seja adjetivada de forma tão desfavorável. O parágrafo escolhido é o que abre a crônica em que em que o escritor tenta defender seu encanto pela canção “I’m Like a Bird”, da cantora portuguesa Nelly Furtado. Ao reproduzir os termos utilizados para se criticar a música pop o escritor inglês levanta questões interessantes, como o embate entre o que se entende por alta cultura, representada pelo compositor americano Cole Poter, e a arte voltada para as massas de Madonna e Travis. Comenta, também, sobre a implicância da mídia especializada com relação ao gênero e ressalta que a maioria das canções pop são pensadas e produzidas com o claro intuito de atingir um público tipicamente jovem.

O escritor, no entanto, não se importa com o fato da canção ser essencialmente comercial nem se incomoda com sua fugacidade. Mesmo reconhecendo que Nelly Furtado dificilmente será apontada como uma grande artista e que é muito pouco provável que suas canções causem rupturas ideológicas, Hornby se assume grato pela cantora e compositora criar uma necessidade “narcotizante” de ouvir sua canção sem parar.

“Claro que muito em breve ela vai parecer fraca e batida. Não vai demorar

muito para que eu tenha “liquidado” “I’m Like a Bird” e não deseje ouvi-la tanto – afinal de contas, uma canção pop de três minutos consegue manter seus mistérios somente por um tempo. Portanto, sim, ela é descartável, como se isso fizesse alguma diferença na percepção de alguém sobre o valor da música pop”. (Hornby, 2003: 24)

Antes de chegar via ondas de rádio aos ouvidos sensibilizados de Hornby a música foi composta pela própria cantora, produzida e gravada no álbum “Whoa, Nelly”, de 2000, lançado pela empresa DreamWorks. A gravadora de Nelly distribuiu o disco e traçou estratégias de marketing para que “I’m Like a Bird” se tornasse sucesso radiofônico. O processo de criação/produção, circulação e consumo da canção está inserido no modelo de mercado da indústria fonográfica. O teórico Roy Shuker chama a atenção para uma importante ressalva, ao se tratar da indústria fonográfica: usar o termo para delimitar as grandes empresas gravadoras de discos. As gravadoras são um dos agentes – não os únicos atores – da produção da música pop.

“A indústria fonográfica engloba uma série de instituições e mercados: as gravadoras e o varejo, produzindo e vendendo as gravações em seus diversos formatos; a imprensa musical; os equipamentos musicais, incluindo instrumentos, aparelhos e tecnologias de produção sonora; merchandising (pôsters, camisetas etc); e os royalties, direitos autorais inscritos na coleta e licenciamento” (Shuker, 1999: 174).

Essa confusão entre indústria e as grandes gravadoras é recorrente, pois segundo Shuker, é cada vez mais comum uma grande empresa deter todas essas etapas que envolvem o processo de produção musical. Também é importante notar que o autor inclui no conceito de indústria fonográfica a “imprensa musical”, um dos temas-chave deste ensaio.

“I’m Like a Bird” é essencialmente um produto dessa indústria, cujo mercado é assumidamente de risco; segundo Shuker, apenas um em cada oito artistas contratados atinge uma vendagem que supera o investimento inicial e gera lucros – tanto para o artista quanto para a empresa que investiu na produção do bem cultural. A canção de Nelly Furtado é um desses casos. A música que hipnotizou Nick Hornby foi amplamente difundida via rádio e videoclipe pela MTV e ganhou vários prêmios,

criados pela própria indústria para reverenciar sucessos de vendas ou potencializar qualidades comerciais de seus artistas. Furtado ganhou o Grammy de melhor representação vocal feminina de pop, em 2002, e figurou na parada de sucessos da Billboard em vários países, inclusive no Brasil.

A canção de Nelly Furtado é também um genuíno produto da cultura pop, estética artística surgida no decorrer do século XX, fruto do exercício “antiartístico” do pós-modernismo. O termo “pop”, do inglês, “estouro”, foi forjado para designar o período posterior à Segunda Guerra Mundial, marcado pela produção de obras que ressaltavam “o ambiente artístico, frenético, eclético e ao mesmo tempo efêmero” (Leão, 2002: 11) da época.

“Preocupada em apresentar o cotidiano, a exemplo das criações visuais dos anos 40, a cultura pop se estabelecia à medida que utilizava a diversidade estilística oriunda do modernismo sem ter por fim, no entanto, interpretar/criticar a realidade como acontecera com a escola estética predecessora. A cultura pop e suas definições integram o que se convencionou chamar pós-moderno” (Leão, 2002: 11).

Integrada no pós-modernismo, que “surge como reação à canonização do movimento moderno” (Leão, 2002: 12), a cultura pop se estabelece como um exercício marcado pela dispersão da vanguarda artística. Saem de cena os manifestos dos modernistas e o rigor estético; na cultura pop, que abrange, além da música, outras manifestações artísticas como o cinema, as artes plásticas e a moda, as lógicas de criação se tornam industriais e se focam em um público consumidor cada vez mais forte – a juventude. A mediação causada pelo consumo de elementos da cultura pop agrega novos valores ao consumo, que estimula a padronização de comportamentos e atitudes a partir de uma nova e explosiva trilha sonora.

“A expressão social de um mercado voltado exclusivamente ao jovem de classe média ocidental só veio se concretizar com a produção de modelos comportamentais e estéticos surgidos no rastro do rock and roll. Musicalmente, o pop surge com o rock que, diferente de outras formas culturais que tiveram uma história em períodos precedentes, pertence essencialmente ao mundo contemporâneo” (Leão, 2002: 13)

1.2 - Música e tecnologia

Para entender o surgimento do rock, é preciso, primeiramente, contextualizá-lo a uma série de processos tecnológicos que serviram de ferramenta para as manifestações culturais do pós-guerra. Como afirma Janotti Jr (2007:16), “o entrelaçamento das inovações tecnológicas às práticas cotidianas é fundamental para o entendimento da cultura pop”. O autor credita a criação das rádios e de toca-discos portáteis ao crescimento da música jovem, ao demarcar novos ambientes de audição. “Os adolescentes agora podiam ouvir um tipo de música diferenciado dos gostos das salas de estar” (Janotti Jr- 2007:16).

Também contribuiu para a formação desse cenário os discos de 45 RPM, que movimentou a indústria dos singles, “canções de, no máximo, 3 minutos, que ocupavam um só lado do disco” e os primeiros programas radiofônicos de rock, que trouxeram à tona a figura do DJ,

“locutores que faziam a programação, a locução e a divulgação de seus próprios programas, transformando-os, então, em verdadeiros shows; tanto que, muitos dos programas eram executados ao vivo em festas, dando início aos pontos de encontro de fãs de rock” (Janotti Jr- 2007:16)

Além dos discos de 45 RPM, o conceito de álbum, “produto musical com mais de quarenta minutos que possui ligação entre suas faixas, é composto por capa e encarte e apresenta-se como uma espécie de obra musical” (Janotti Jr- 2007:14). Esse formato¹ está atrelado ao surgimento do suporte Long-Play (o popular LP), um “disco de vinil, de 12 polegadas, com 33 1/3 rotações por minuto e que permitia aumentar a quantidade de dados armazenados” (Janotti Jr- 2007:14), se comparado ao disco de 45 RPM.

É a partir da sedimentação desses suportes enquanto aparatos tecnológicos (essas relações evoluíram junto com as inovações tecnológicas, migrando para outros suportes como os discos compactos de leitura óptica e a virtualização da música em seu formato

¹ As caracterizações de suporte e formato utilizadas neste trabalho seguem as distinções propostas por Dantas (2005), que define o suporte como a base física e o formato como a forma cultural de apropriação. Nesse sentido, o LP, o CD e o DVD seriam suportes, enquanto o álbum, a canção ou o videoclipe, formatos.

digital, em um processo contínuo de aprimoramento das capacidades de armazenagem) que as mediações proporcionadas pela música pop tomam corpo, assumindo seu caráter massivo.

1.3 – A Música Popular Massiva

O primeiro passo para se discutir a música popular massiva é entender o significado do termo. Para tanto o teórico Jeder Janotti Júnior, em suas publicações, aponta para a importância de se diferenciar a cultura popular de cultura pop. A primeira, para o autor, é caracterizada por suas feições folclóricas ou nativistas, enquanto a cultura pop, cujas imbricações estéticas já foram levantadas, se refere ao popular midiático. Essa distinção é mais comum em estudos brasileiros e franceses e nem sempre é acompanhada pelos estudos culturais de língua inglesa² (Janotti Jr, 2007: 11).

Mas mesmo distinguindo a cultura popular, “aquela produzida e difundida de maneira independente dos grandes conglomerados multimidiáticos e cultura pop, que englobaria a cultura midiática surgida no século XX”, Janotti Jr (2007: 12) alerta para as diferentes leituras que os conceitos podem assumir, em decorrência do cruzamento de diferentes referências. A MPB, ou Música Popular Brasileira, por exemplo, carrega em si o estigma “popular” numa tentativa de se caracterizar canções que utilizam elementos das raízes musicais brasileiras, mas que são essencialmente urbanas. O termo, sem a referência à sigla, também pode se dirigir, como lembra o autor, “às manifestações culturais de feições estritamente regionais” (Janotti Jr, 2007: 12). O termo pop, por sua vez, pode servir para identificar o rock com feições locais, produzido no país, que recebe a alcunha de “Pop Rock”. Essa mesma definição, para o universo de consumidores de rock, pode apontar para “manifestações culturais que seguem formatos já testados e que obtiveram sucesso” (Janotti Jr, 2007: 12).

Para definir a música popular massiva Janotti Jr busca, primeiramente, contextualizar os dispositivos tecnológicos e culturais de reprodução musical com a produção de peças musicais. Dessa forma o autor torna possível relacionar, em termos midiáticos,

² Os estudos em língua inglesa, como a obra do teórico Roy Shuker, já citado neste ensaio, não fazem distinção entre cultura popular e cultura pop. Para esses estudiosos, o que aqui classificamos de “cultura popular” pode ser definido como cultura folk.

“a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica, os suportes de circulação das canções e os diferentes modos de execução, audição e circulações audiovisuais relacionados a essa estrutura” (Janotti Jr, 2007: 12)

Ao estabelecer essa relação é possível, então, definir a expressão música popular massiva, que “refere-se, em geral, a um repertório compartilhado mundialmente e intimamente ligado à produção, à circulação e ao consumo das músicas ligadas à indústria fonográfica”. Para Janotti Jr (2007: 12), a música massiva “passa pelas condições de produção e reconhecimento inscritas nas indústrias culturais”.

Esse processo de produção, circulação e consumo da música pode ser dividido em três fases históricas distintas. Janotti Jr se apropria dessa classificação, proposta pelo sociólogo Simon Frith, para diferenciar, estruturalmente, a música popular, a música erudita e a música pop. O primeiro estágio apontado pelo teórico é o folk, em que a música é armazenada pelo corpo (humano ou dos instrumentos) e executada mediante performances. Esse é, para o autor, o estágio fundamental da chamada música popular (2007: 13).

O estágio artístico, por sua vez, é compreendido pela fase na qual a música pode ser armazenada em notações e partituras, que caracterizam a música erudita. Já no estágio pop “a música é produzida mediante um diálogo direto com a indústria fonográfica, armazenada em fonogramas e executada mecanicamente ou eletronicamente para o consumo de um público extremamente amplo”. (Janotti Jr, 2007: 13) É importante ressaltar que Frith, ao propor esses diferentes estágios, não buscou apenas indicar sistemas de produção, circulação e consumo diferenciados. Essa análise também aponta para “transformações na própria experiência material e social da música” (Janotti Jr, 2007: 13).

Capítulo 2 - A crítica da música popular massiva

2.1 - Jornalismo Cultural

Cadernos e suplementos exclusivos nos jornais, revistas especializadas, espaço cativo na internet. Entende-se por “jornalismo cultural” toda a produção jornalística voltada para manifestações culturais de ordem artística, como o cinema, a música, o teatro e as artes plásticas, entre outras. As origens do jornalismo cultural são imprecisas, mas o jornalista Daniel Piza, no livro “Jornalismo Cultural” aponta como marco inicial as revistas de costumes e crítica filosófica do período inicial da revolução industrial.

“O jornalismo cultural, dedicado à avaliação de idéias, valores e artes, é produto de uma era que se inicia depois do Renascimento, quando as máquinas começaram a movimentar a economia, a imprensa já tinha sido inventada (por Gutemberg, em 1450) e o Humanismo se propaga da Itália para toda a Europa, influenciando o teatro de Shakespeare na Inglaterra e a filosofia de Montaigne na França” (Piza, 2007: 12).

Essas publicações levavam aos leitores informações sobre os costumes urbanos em um período em que as cidades estavam se formando, inchadas pelas massas proletárias em busca de trabalho. Voltadas para os homens das grandes cidades, “modernos”, as primeiras revistas especializadas em jornalismo cultural publicavam artigos sobre moda, comportamento e política, com o intuito de transformar o conhecimento em uma atividade corriqueira, que pudesse ser comentada e compartilhada em diversas rodas sociais.

A produção em série de bens culturais, alguns séculos depois, transformou significativamente essa prática jornalística, que (como já ressaltado no capítulo anterior por Roy Shuker, ao se referir às relações entre indústria fonográfica e imprensa musical) passa a desempenhar um importante papel na “linha de montagem” da indústria cultural.

“Artista e jornalista participam do circuito, em pontos diferentes da linha de montagem: um músico, um pintor, um escritor, dependem não só de o seu próprio fazer, mas também da imagem que conseguem articular frente ao público. O jornalismo cultural, mesmo o mais independente, é o virtual

complemento do mercado artístico, é algo que está fora e dentro da cultura” (Saldanha apud Suzuki JR, 2005: 11).

2.2 - A imprensa musical

Roy Shuker classifica as publicações focadas na música popular massiva como “imprensa musical”, composta por “revistas que cobrem amplamente a área musical; jornais dedicados aos negócios relacionados à atividade musical; publicações semanais ou mensais voltadas para a música popular ou gêneros específicos” (Shuker, 1999: 167). Para o autor, surpreendentemente há uma escassez de trabalhos acadêmicos que avaliem o modo como essas publicações abordam a música popular massiva e influenciam a recepção dos gêneros dos artistas. Como já visto, as publicações voltadas para fãs ou interessados em música popular massiva desempenham um importante papel no processo de venda da música como bem consumível, ao mesmo tempo em que a investem de significado cultural.

“Essas publicações não tratam simplesmente da obra musical; tanto seus artigos como suas propagandas divulgam estilos e conquistam mais consumidores. A maioria delas se interessa pelo artista, suas músicas e seus relacionamentos com os fãs. Identifica-se facilmente como o público para qual suas estéticas musicais e funções sócio-culturais estão voltadas” (Shuker, 1999: 170)

Para entender os processos de mediação desencadeados pelas revistas e outras publicações que formam a imprensa musical é fundamental perceber as relações entre ídolo e fã. Para Shuker, os fãs são “aqueles que acompanham todos os passos da música e da vida de determinados artistas, e também a história dos gêneros musicais, com diferentes níveis de envolvimento” (1999: 127). Tiago José Lemos Monteiro, por sua vez, para discutir a identidade do rock (que será trabalhada no capítulo 3), define a figura do ídolo como “ícones tipicamente modernos, que personificam uma série de ideais e valores em consequência de sua projeção midiática e, portanto, assumem um papel simbólico de incontestável relevância contemporânea” (Monteiro, 2007: 42 apud O’Sullivan et al).

A relação entre fã-ídolo para Monteiro, portanto, envolve a articulação entre três esferas:

“A imagem do ídolo enquanto construção de sentido, representativa de determinado sistema de valores, e resultado de inúmeras decisões de cunho social, econômico e político, sobre a qual o fã investirá uma sensibilidade particular; a assimilação da mensagem dos valores incorporados pelo ídolo, feita de forma eminentemente ativa pelo fã e envolvendo sentimentos muitas vezes contraditórios; e, finalmente, a produção de novos conteúdos e novos significados, promovendo o reinvestimento de sensibilidade que mantém a relação fã-ídolo em constante movimento” (Monteiro, 2007: 42-43 apud Fiske 2001; Crossberg 2002)

As revistas especializadas em música, deste modo, desempenham um importante papel nessa relação, uma vez que participam dessa articulação ao mediar este sistema de valores.

Shuker divide as revistas especializadas em música popular massiva em três categorias, que não são necessariamente distintas. A primeira delas são as “revistas teen”, que reforçam a aproximação dos consumidores de música pop com os artistas. Esse tipo de publicação está normalmente associado aos ícones da cultura pop. Nesses casos, os textos e as imagens estão diretamente relacionadas a um público jovem e ao culto das celebridades. As páginas dessas revistas estão recheadas de fotos e informações a respeito da vida de artistas que apostam nas “fórmulas de sucesso previamente testadas”. As letras das canções de sucesso e suas traduções (no caso de artistas estrangeiros) disputam espaço com pôsteres e fofocas, reforçando o consumo de sucessos dos artistas em destaque na mídia e alimentando a relação estabelecida entre fã e ídolo.

O segundo tipo de publicação são as revistas de cunho crítico. Nessas publicações, ao contrário das “revistas teen”, em que a figura dos artistas, seus os costumes e posturas aparentam interessar mais ao público consumidor que a própria música, o foco se direciona para as resenhas de álbuns, notícias sobre o processo de criação de artistas, agendas e comentários de shows. Essas revistas possuem sessões específicas direcionadas às críticas de álbuns lançados no período compreendido entre as edições,

geralmente com citações e avaliações que qualificam os lançamentos. Também fazem parte destas publicações comentários sobre obras consideradas clássicas, entrevistas com artistas, e informações sobre os bastidores dos processos de produção.

Por fim, Shuker aponta para uma terceira vertente das revistas sobre música, as chamadas “bíblías de estilo”, que abordam a música popular massiva como “parte de uma cultura visual pop, principalmente a moda” (Shuker, 1999: 170). Essas distinções, no entanto, são meramente estéticas e podem ser encaradas mais como uma categorização dos conteúdos produzidos pela imprensa musical do que efetivamente como categorias específicas de publicações, uma vez que os limites entre as classificações propostas por Shuker são bastante estreitos. É comum, por exemplo, que as “bíblías de estilo” invistam em um conteúdo mais focado nas resenhas, ou que as revistas normalmente focadas na crítica incluam no seu índice textos sobre cinema e moda, com um pôster de um artista de sucesso estampado em suas páginas centrais.

"Tanto a imprensa quanto os críticos desempenham uma função ideológica, já que ressaltam a importância cultural do produto, distanciando os consumidores do consumo imediato. Isso é reforçado pela idéia de que a imprensa musical e os críticos não são, ao menos diretamente, integrados verticalmente à indústria fonográfica (isto é, não pertencem ao quadro de funcionários das gravadoras). Assim, há um certo distanciamento, embora, ao mesmo tempo, as necessidades da indústria de vender constantemente novas imagens, estilos e produtos sejam satisfeitas" (Shuker, 1999: 171)

2.3 – A imprensa musical no Brasil

No Brasil a imprensa musical, a exemplo do que ocorre mundialmente, já não possui a mesma força dos anos oitenta e noventa, quando as publicações voltadas para a música pop participavam ativamente do circuito a partir de resenhas críticas, notícias e comentários que abasteciam os fãs de informações sobre os seus ídolos. A queda de vendas do suporte CD devido à popularização – e a propagação – da música na internet, aliado ao discurso de crise propagado pelas grandes gravadoras, temas que serão abordados mais amplamente no próximo capítulo, influenciaram diretamente neste enfraquecimento. Atualmente, se desconsiderarmos as revistas voltadas para grupos

específicos (como as publicações focadas no Heavy Metal, por exemplo), os artigos, notícias e matérias sobre música pop dividem espaço com outras manifestações artísticas em cadernos e suplementos culturais de jornais e em notas de recomendação de revistas que não são especializadas em música.

A trajetória da Revista Bizz sintetiza bem esse enfraquecimento das publicações sobre música pop. No editorial de sua primeira edição, lançada em agosto de 1985, o presidente da Editora Abril, Victor Civita, justifica a publicação mensal:

“O aumento de público nos shows e danceterias, a proliferação dos programas de videoclipes e a recuperação da indústria de discos deixam clara a necessidade da criação de uma nova publicação. Uma publicação que andasse junto com a música e a imagem em suas mais diversas manifestações. Para isto nós fizemos a Bizz. Para acompanhar todos os movimentos ligados à música jovem, aqui e lá fora. Com informação séria e detalhada, em coberturas de shows e reportagens, e opinião equilibrada, em colunas e seções que vão manter você em sintonia.”³

Durante cerca de 16 anos e 192 edições (além de diversos números especiais) a Bizz procurou manter seu leitor em sintonia. Nesse período a revista viu nascerem – e morrerem – diversos modismos, ajudou a elevar cenas musicais brasileiras e a consolidar ídolos nacionais e internacionais. Assim como a música pop, a Bizz também mudou. Na década de noventa mudou de editora e de nome, passando a se chamar “Showbizz”. Essa foi a época em que a publicação flertou com as chamadas bíblias de estilo, abordando outros temas além do universo musical, como o sexo, moda e comportamento.

Essas transformações não agradaram aos leitores mais fieis da revista, que apesar de manter o nome, “Showbizz”, retomou o foco para a música pop. Em 2000, nova mudança de editora e também de nome. Ao trocar a Editora Azul pela Símbolo a publicação voltou a se chamar Bizz e durou até julho de 2001, quando saiu de circulação sem qualquer aviso. Apesar dos editores e colaboradores da revista nunca justificarem seu fim, é sintomático perceber que o fim da Bizz ocorre no mesmo período

³ CIVITA, Victor. *Editorial*, em Bizz n°1 – Agosto de 1985. Ed. Abril – Rio de Janeiro.

em que a indústria fonográfica inicia, via internet, uma série de transformações estruturais.

Algumas publicações tentaram preencher esse espaço deixado pela Bizz, mas também não encontraram mercado. Uma delas foi a Revista Zero, cujo slogan “Música e Cultura Pop” deixavam claras as intenções da revista, que também abordava outros assuntos como quadrinhos, filmes e contos. A Zero iniciou suas atividades em 2002 e parou de circular em dezembro de 2004, depois de 14 edições. Outra tentativa de suprir a lacuna deixada pela Bizz foi a Frente, que chegou às bancas também em 2002 com o slogan “Revista da Nova Música” e uma novidade – a proposta de encartar um CD diferente a cada edição. A publicação não chegou ao quarto número.

Depois de quatro anos sem ser publicada chega às bancas a edição de número 193 da Bizz. A publicação marca os 20 anos depois de lançamento da primeira revista. A volta da revista, relançada pela Abril, no entanto, dura pouco. Em julho de 2007, 22 exemplares após seu retorno, a Bizz deixa de ser publicada.

Durante o período de retomada da Bizz surge no país mais uma publicação sobre música pop no Brasil. Trata-se da Revista Rolling Stone Brasil, versão nacional de uma das mais influentes publicações do gênero em escala mundial. Apostando no hibridismo entre as “bíblías de estilo” e as pautas musicais, a publicação mensal, que recentemente completou um ano de circulação, já estampou em suas capas artistas da música pop como o vocalista do grupo inglês Coldplay, Chris Martin, ou o grupo The Police, mas também produziu capas com a modelo brasileira Gisele Bündchen, a animação televisiva “Os Simpsons” e apresentador de televisão Fausto Silva. Além disso, nas páginas da revista as notícias e resenhas críticas sobre música dividem espaço com matérias sobre política, moda, livros e até sobre games.

É interessante notar que apesar de surgirem em épocas e situações distintas e de apresentarem planejamentos gráficos e linhas editoriais distintas, essas publicações possuíam diversas seções em comum. As páginas de lançamentos, em que são resenhados os novos discos no período entre uma publicação e outra é uma delas. É dessas críticas – e de como os argumentos são selecionados para a recomendação, ou não, de determinado álbum – a que se refere o próximo capítulo.

Capítulo 3 – As estratégias da crítica

3.1 – A crítica da música popular massiva enquanto gênero

Divulgador de artes, comportamento e entretenimento, nas resenhas críticas o jornalismo cultural encontra a sua forma mais persuasiva. É a partir dos argumentos levantados pelos críticos que o leitor pode conhecer melhor as peculiaridades de uma obra e até mesmo optar por consumir, ou não, o objeto criticado. Neste sentido, Daniel Piza categoriza quatro tipos de linhas argumentativas bastante comuns no jornalismo cultural.

O primeiro tipo de crítica apontado por Piza é a crítica impressionista, em que o autor descreve suas impressões mais imediatas diante da obra. Nesse caso, o argumento é construído com adjetivações que servem para qualificar o objeto criticado. Já a crítica estruturalista observa as características de linguagem da obra, contextualizando-a de acordo com as transformações estéticas sofridas na linha de tempo da produção artística. Piza ainda considera a crítica baseada no autor, que se foca na importância, nos modos, temas e histórico do realizador da obra. O quarto tipo de crítica é a baseada na discussão a cerca do enredo, do tema sugerido pelo artista. O jornalista acredita que uma crítica de qualidade deve dosar elementos das quatro categorias. Para Piza, uma boa crítica deve ser, em si, “uma ‘peça cultural’, um texto que traga novidade e reflexão para o leitor, que seja prazeroso de ler por sua argúcia, humor e /ou beleza” (Piza, 2007: 70-71).

Ao sugerir que as resenhas críticas devem atingir o patamar de “peça cultural”, Piza faz uma referência indireta à crítica enquanto gênero específico do jornalismo. Nesse sentido, os bons textos de crítica poderiam, então, figurar em compilações e livros com a mesma valoração que é concedida a outras produções jornalísticas consideradas nobres, como a crônica e as colunas de opinião. Os críticos de música Lester Bangs, Greil Marcus, Nick Tosches e Simon Reynolds, por exemplo, tiveram compilações de suas resenhas vinculadas em revistas publicadas no Brasil no formato livro, pela editora Conrad.

Essa concepção é compartilhada pelo teórico José Luís Braga. O autor do livro “A sociedade enfrenta sua mídia” dedica um capítulo inteiro de sua obra para tratar da

crítica cinematográfica, que por seu peso e importância dentro do jornalismo cultural, pode ser considerada um gênero específico.

“Como todo gênero de produção textual, (a crítica cinematográfica) comporta características básicas em torno das quais as produções específicas variam em maior ou menor grau – de acordo com o objeto temático específico (no caso, filmes criticados), com o estilo do autor e com as contingências de produção e interlocução que estejam associadas ao texto. Em torno do gênero podem surgir ainda textos complementares que, não vertidos diretamente nas estruturas próprias a este, apóiam, entretanto, o gênero como informação e perspectivas que ajudam a dar existência e reconhecimento a seus processos” (Braga, 2006 – 209).

Para chegar a essa conclusão, Braga analisou resenhas de diferentes publicações e encontrou pontos de coerência entre os textos. Dentre os pontos levantados pelo autor estão o processo de agendamento provocado pela crítica, que é pautada, geralmente, pelos filmes que vão entrar em cartaz em determinada semana. A crítica de cinema também adota algumas estratégias narrativas para descrever os filmes analisados e se serve dos elementos argumentativos apontados por Piza, como o histórico dos diretores e a explanação dos temas abordados para recomendar, ou não, determinadas obras.

Seja nas páginas de cadernos culturais de jornais impressos ou em revistas especializadas, seja figurando no espaço web a partir de sites e blogs de jornalistas ou mesmo na forma de recomendações postadas em fóruns e redes de comunidades sociais, também é possível perceber nas resenhas críticas da música popular massiva características em comum. Além de também obedecer a uma lógica de agendamento dos lançamentos dos álbuns mais recentes, as produções se utilizam de formas de argumentação semelhantes no processo de análise das obras, se valendo de critérios específicos para qualificá-las, de modo que não é uma incoerência também classificar essa categoria de crítica como um gênero. As compilações de textos de grandes críticos citadas acima são uma prova de que as resenhas críticas sobre música popular massiva podem alcançar um patamar diferenciado dentro do jornalismo cultural.

O crítico Simon Reynolds, em entrevista à Folha de São Paulo⁴, aponta os elementos que o texto crítico sobre música popular massiva deve ter para atingir esse status:

“Estilo individual. Bom gosto. Fome por música nova e habilidade para apontar o futuro. O crucial é amar a música. Há poucos jornalistas de música que são adeptos de criticar outras críticas. Opções extras: um grande ego, um pouco de agressividade, competitividade e não faz mal ter absorvido um pouco de teoria crítica ou filosofia ou psicologia. E, finalmente, senso de humor”.

3.2 As estratégias argumentativas da crítica: a ideologia do rock

Para entender algumas das estratégias utilizadas pela crítica especializada em música pop serão tomadas como exemplo as resenhas e a trajetória da banda inglesa Radiohead, que em seus 14 anos de carreira vivenciou diferentes momentos da indústria fonográfica, sendo, inclusive, ator participativo de mudanças estruturais nos processos de mediação, como poderá ser percebido pouco mais a frente. O Radiohead também foi escolhido como exemplo das estratégias argumentativas da crítica por receber, ao longo de sua carreira, diferentes tratamentos para suas obras, como será explicitado a partir da análise das resenhas dos álbuns “Pablo Honey”, “The Bends” e “OK, Computer”.

O Radiohead, formado pelo vocalista e compositor Thom Yorke, o baterista Phil Selway, o guitarrista Ed O’Brien e os irmãos Colin (guitarra) e Jony Greenwood (baixo e sintetizadores eletrônicos) lançou seu primeiro disco, “Pablo Honey”, em abril em 1993, pelo selo Capitol, da gravadora EMI. Quase um ano depois, em março de 1994, o álbum foi lançado no Brasil, pela EMI-Odeon, nos formatos CD e LP. O espaço entre a versão inglesa e a brasileira é em parte explicado pela trajetória da banda, que foi ignorada no seu país de origem e foi descoberta pelo público americano a partir da música "Creep", cujo videoclipe foi exibido à exaustão na MTV. No mesmo mês que chegou às lojas brasileiras, o “Pablo Honey” foi resenhado nas páginas de lançamentos da edição 104 da Revista Bizz, pelo crítico Jean Yves de Neufville.

⁴ Disponível em versão eletrônica no endereço <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1312200607.htm>

"Se você não é marinheiro de primeira Viagem, já viu esse filme centenas de vezes, Surge um grupo neo-qualquer-coisa formado por uns ex-desempregados ingleses, cabeludos e de aparência ambígua, liderados por cantor/compositor de sexualidade indefinida - mais ou menos carismático - que atua cercado por uma parede de guitarras incapazes de articular mais de três notas. Fazem sucesso nos Estados Unidos, puxados por um clip que passa 94 vezes por dia na MTV, acabam vendendo mais de quinhentos mil discos e voltam triunfantes para a Inglaterra.

Este quinteto de Oxford, seguiu essa trajetória, com uma diferença: não duas guitarras, mas três. O clip é da faixa "Creep" e eles dizem que o próximo disco será bem melhor. De resto, tanto faz ouvir isso, Gene Loves Jezebel, Blur, The Mission, Curve, Suede. Próximo!"

“Pablo Honey” recebeu a segunda pior cotação dada pela revista, que estabelece um ranking de classificação para as obras. Na época em que foi analisado, a revista cotava os álbuns em cinco graduações, representadas por emoticons, que variavam de “humor” de acordo com a qualidade da obra analisada. A classificação de “Pablo Honey” foi representada por um emoticon triste.

Se o primeiro disco do Radiohead não foi bem recebido pela crítica, o mesmo não se pode dizer do segundo álbum, "The Bends", lançado dois anos depois de "Pablo Honey", em abril de 1995, pelo selo Parlophone, também da EMI. No Brasil, "The Bends" chegou às lojas nos formatos CD, LP e cassete pouco depois do lançamento oficial, em junho do mesmo ano, embalado pelo sucesso “Fake Plastic Trees”, que ganhou notoriedade no País por ser trilha de uma campanha publicitária. Novamente o disco foi resenhado pela revista Bizz, na edição de número 119, dessa vez por Jeferson de Sousa.

"Houve um tempo em que o Radiohead se chamava On A Friday. Isto foi bem antes deles estourarem nos Estados Unidos com a canção "Creep", enquanto seus conterrâneos da imprensa inglesa continuavam insistindo em incensar o Suede. Parece que a crítica britânica mudou de opinião rapidamente, já que tem considerado The Bends desde já um dos melhores discos do ano.

Exageros à parte, é certo que o segundo disco do Radiohead mostra uma evolução se comparado ao anterior, Pablo Honey (93). The Bends é homogêneo em suas 12 faixas. As guitarras de Jon Greenwood passeiam entre a melancolia e a esquizofrenia e as letras de Thom York (vocalis/guitarra) não ficam atrás.

Uma das características que mais chama a atenção no disco é o jeitão U2 de algumas canções - em particular "Planet Telex", "High & Dry" e "Fake Plastic Trees", que, aliás, ficam entre as mais legais. Há quem ache que isso é uma virtude e tem quem pense que é um defeito. Depende do gosto. Já faixas como "My Iron Lung", "Bullet Proof I Wish I Was" e "Black Star" mostram que o Radiohead tem uma cara própria, ou pelo menos está caminhando para isso. Melhor: é uma prova de que não é preciso apelar para a frescura para se fazer rock com poesia. Felizmente, Thom York não é Brett Anderson."

Diferente de "Pablo Honey", que recebeu a segunda pior classificação, "The Bends" recebeu a segunda melhor cotação, representada, dessa vez, por um sorridente emoticon.

Depois de atingir sucesso de público e de crítica com "The Bends", a banda liderada por Thom Yorke ainda mais respeito por parte da imprensa musical com o lançamento do terceiro álbum, "Ok Computer", que chegou às lojas no formato CD no dia primeiro de julho de 2007. Canções como "Paranoid Android", "Karma Police" e "No Surprises" se destacaram em um álbum que é considerado por muitos fãs e críticos o melhor já lançado pelo grupo, que posteriormente apostou na mistura da melodia do rock com elementos da música eletrônica no disco "Kid A", de 1999, que será comentado no próximo capítulo. O "Ok Computer" foi resenhado por Zeca Camargo na edição de número 145 da Bizz, em agosto de 1997, e recebeu a cotação máxima, na época, simbolizada pela revista pelo ícone de um disco de ouro.

Sedução da melodia

Se fosse para descrever o que OK Computer realmente nos inspira a fazer, esta resenha não poderia nem estar sendo publicada pela SHOWBIZZ - sairia na Playboy. Mas, respeitando princípios básicos da decência, vamos dizer que o novo CD do Radiohead é uma obra-prima da sensualidade.

Calma: não é aquela sensualidade óbvia, à la kama sutra e outras bobagens. O prazer de ouvir cada faixa de OK Computer vem de algo muito básico no

rock - ou no pop, ou no gênero que você achar melhor -, que foi esquecido há tempos: boas composições.

Do momento em que você é seqüestrado pelas duas primeiras músicas ("Airbag" e "Paranoid Android"), não tem resgate que o faça voltar. A primeira, com aquele refrão poderoso, e a segunda, com suas pretensões - perfeitamente preenchidas - de ser uma "Bohemian Rhapsody" compacta: um duplo ataque, quase uma covardia ao ouvinte que se acostumou a viver sem melodia.

E por falar nela (a melodia), essas bandinhas por aí podiam aprender uma coisinha ou duas com outras faixas de OK Computer. Como "Let Down" ou "No Surprises". É um prazer saber que alguém ainda se preocupa em fazer músicas sedutoras, envolventes, hipnóticas e brilhantes como essas.

Mesmo quando a banda pega pesado ("Electioneering") ou fica mais obscura ("Climbing Up The Walls"), dá para sentir claramente que o Radiohead não perde o instinto básico do entretenimento - de seus membros e fãs. Se não fosse a possibilidade de o Portishead lançar um disco até dezembro, já daria para falar que esse Radiohead é o álbum do ano... Quem gostou de The Bends e/ou por um sacrilégio perdeu Pablo Honey, todo atraso será perdoado ao ouvir OK Computer. Aliás, pode acreditar: uma banda que é boa assim de títulos não pode ser ruim de som."

...

Uma das características mais marcantes dos textos que citam, criticam ou comentam obras da música popular massiva (inclusive as obras acadêmicas) é a necessidade do conhecimento implícito dos artistas trabalhados. Para Daniel Piza, as críticas de música pop exigem que os leitores tenham conhecimentos prévios de cultura pop e do gênero resenhado para que os argumentos apresentados sejam entendidos. Nestes textos se sente a mediação de um código específico, cheio de termos e normas, não raro sem o menor esforço de se aproximar do "leigo". Referências são passadas adiante sem a menor explicação, e aqueles que desconhecem "o que está na moda" sofrem a sensação de desamparo, de não pertencerem à turma (Piza, 2007: 55). É o que se percebe, em maior ou menor escala, nas resenhas de Jean Yves Neufville, Jeferson de Souza e Zeca Camargo. Os leitores que não possuem qualquer referencial sobre os grupos como o

Blur, The Mission, U2 e tampouco são familiarizados com os maneirismos vocais do vocalista do Suede, Brett Anderson, são prejudicados quanto ao entendimento do texto.

Esta estratégia de remeter os artistas ou álbuns criticados a outros grupos cujas opções estéticas são semelhantes, no entanto, tem uma funcionalidade clara: associar o artista criticado a um determinado gênero.

“Traçar a genealogia de uma faixa ou de um CD envolve localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores, gostos e afetos são “incorporados” e “excorporados” em determinadas expressões musicais). Assim, o crítico e/ou analista, pode partir das relações que vão do texto ao contexto, dos músicos à audiência, do gênero aos relatos críticos, dos intérpretes ao mercado para dar conta das questões que envolvem a formação dos gêneros musicais” (Janotti Jr, 2004: 4)

As críticas dos três primeiros discos do Radiohead deixam claras algumas estratégias adotadas nos argumentos da crítica da música pop para contra-indicar, no caso do primeiro álbum, ou recomendar uma obra, no caso do *The Bends* e do *“OK Computer”*. O comentário de Neufville para *“Pablo Honey”*, considerado um álbum "ruim", é justificada pelo fato de que o Radiohead, em seu disco de estréia, não se destaca de outras bandas inglesas do começo da década de noventa, como *“Gene Loves Jezebel”*, *“Blur”*, *“The Mission”*, *“Curve”* e *“Suede”*. De forma irônica, Jean Yves Neufville desclassifica o grupo, "formada por uns ex-desempregados ingleses, cabeludos e de aparência ambígua". Para o crítico, em *“Pablo Honey”* o Radiohead pode ser classificado como "neo-qualquer-coisa". As músicas do álbum, segundo a crítica, seguem uma formação simplória, formada por “paredes de guitarras incapazes de articular mais de três notas”. Até mesmo os méritos de *“Creep”*, primeiro grande sucesso do Radiohead, devem ser minimizados, para o crítico, por quem não é “marinheiro de primeira viagem”.

A partir dos argumentos elencados por Neufville, conclui-se que o Radiohead de *“Pablo Honey”* padece de um mal imperdoável para a crítica de música pop – a falta de

autenticidade. Apesar de estar inserido em um contexto de produção e disseminação industriais, a autenticidade é algo fundamental ao discurso do rock, pois é o pilar principal da ideologia do rock, que tem “como o principal fundamento uma contradição básica: trata-se de uma música produzida comercialmente para uma audiência massiva, mas que sustenta um discurso crítico com relação ao comercialismo e à cultura de massas” (Monteiro 2007: 44 apud Janotti Jr).

“A ideologia da autenticidade ofereceu a base para uma prática de julgamento mediante a qual músicos, fãs e críticos eram capazes de distinguir entre o “rock autêntico”, que era transgressivo e significativo, e o “rock inautêntico” (ou, “pop”), que era cooptado e superficial. O rock inautêntico era mero entretenimento comercial; o rock autêntico era “alguma coisa mais” – um excesso em virtude do qual o rock podia tornar-se um significativo investimento de prazer e sentido na vida cotidiana” (Freire Filho, 2003: 57)

Se em seu primeiro disco o Radiohead soava desinteressante por se assemelhar a outros grupos do cenário do pop inglês dos anos 90, no “The Bends” essa mesma característica, desta vez associada a um conjunto considerado “autêntico” pela mídia, o U2 (muito embora a mesma banda tenha passado por crises no lançamento de alguns álbuns em que o flerte com as fórmulas comerciais do pop não foram bem aceitas por público e crítica), elevou o conceito da banda, que segundo Jeferson de Souza consegue, em algumas faixas, “ter uma cara própria”. Seja soando de forma semelhante a um artista consagrado, seja se desvencilhando da “frescura” para fazer “rock com poesia”, o Radiohead já não é mais uma banda qualquer.

Embalado por sucessos comerciais como "Fake Plast Trees" e "High and Dry", o Radiohead se depara com outra contradição que fundamenta a ideologia do rock. Se com "The Bends" a banda desvencilhou da oposição entre autenticidade e artificialismo, com o êxito das vendas o conjunto se depara com o choque entre a criatividade e a cooptação.

“Os fãs cobram do artista que ele se reinvente, não se torne refém de uma fórmula predeterminada, mas a fronteira entre um artista criativo e outro "vendido" depende única e exclusivamente do rótulo genérico que lhe é

atribuído: uma vez que ele tenha no currículo um histórico de serviços prestados ao rock'n'roll, a mudança é quase sempre encarada do ponto de vista do redirecionamento da carreira ou como sinal de amadurecimento pessoal e artístico" (Monteiro, 2007: 47, apud Janotti Jr).

O amadurecimento artístico do Radiohead se deu nas contradições existenciais presentes nas letras e na complexificação dos arranjos presentes nas canções de "Ok Computer". Liderada por Thom York, a banda inglesa passou no teste ideológico do rock, produzindo "músicas sedutoras, envolventes, hipnóticas e brilhantes". Autenticidade, criatividade e reconhecimento máximo da crítica, aliado a um sucesso comercial ainda maior. Até o "Pablo Honey", considerado um disco menor, é revestido pela aura de genialidade conquistada pela banda e é reavaliado - sua não audição, segundo o crítico Zeca Camargo, é um "sacrilégio".

O maior pecado, no entanto, será cometido pelo próprio Radiohead, com o lançamento do sucessor de "Ok Computer", "Kid A" e, com "In Rainbows", seu disco mais recente, peças-chave nas reconfigurações da indústria fonográfica.

Capítulo 4 – A música popular massiva na cibercultura

4.1 - Cibercultura e música popular massiva - primeiras impressões

Este ensaio, ao propor uma análise das relações entre a música popular massiva e a cibercultura não se pretende a discutir a imbricada rede teórica que busca compreender os processos "tecnológicos, midiáticos e sociais que emergem desde a década de 1970 em torno do computador e da internet" (Sá, 2005: 3). O estudo da cibercultura neste trabalho será entendido, portanto,

"não como a exploração de um admirável mundo novo mas sim como um contínuo processo de inovação e reapropriação tecnológica, cujas práticas – ambíguas, múltiplas e plurais - remontam ao diálogo com boa parte da história das tecnologias da informação e da comunicação" (Sá, 2006: 7)

A cibercultura, então, será tomada pelo ponto de partida proposto por Simone Pereira de Sá, para quem o ciberespaço, ao construir-se como espaço comunicativo, o faz a partir de apropriações sociais conflitantes e múltiplas que não se explicam por um modelo totalitário ou por leis genéricas. (Sá, 2006: 7). Esse conflito gerado pela cibercultura, para a autora, é sintetizado pelos conceitos trabalhados pelos autores Mc Luhan, Bolter e Grusin, da escola canadense. Para eles, "toda nova mídia é pensada e representada como, por um lado, em continuidade e por outro desafiando as tecnologias em voga num determinado momento (Sá, 2006: 7). Ao propor que os adventos tecnológicos estão reconfigurando as experiências midiáticas, a autora pensa essas transformações como um indicativo do processo de remediação trabalhado pelos autores canadenses, cuja premissa é de que "um meio atua sempre em relação aos anteriores a partir de uma dupla lógica de conservação e ruptura" (Sá, 2006: 7).

Para estabelecer uma relação entre a cibercultura, com seus processos de remediação, e a música popular massiva, portanto, a autora acredita ser necessário realizar uma série de análises pontuais, caso a caso, sobre o circuito de produção-circulação-consumo.

"Simplificando o quadro, entretanto, podemos pensar em três eixos que orientem análises futuras. O primeiro é das práticas de produção possibilitadas pelo desenvolvimento de softwares e especialmente do

protocolo MIDI, consolidando a noção do home studio como tradução de um processo de produção crescentemente autônomo e independente das grandes gravadoras; o segundo é o pólo do consumo, onde destaca-se o fenômeno de napsterização da música – ou seja, sua apropriação a partir do desenvolvimento do formato MP3, responsável pela compressão de dados, associado a protocolos de troca par-a-par; que se completam a partir do desenvolvimento de aparelhos reprodutores tais como o iPod; e o terceiro é o do universo da circulação ou da distribuição, constituído pelos sites, listas, revistas, blogs e podcasts dedicados à música” (2006: 16)

Apesar de obedecer uma lógica linear, os processos de produção, circulação e consumo da música popular massiva na cibercultura serão trabalhados isoladamente, observados fora de sua seqüência na cadeia produtiva. Neste quarto capítulo serão trabalhadas as relações entre os adventos tecnológicos surgidos a partir da sedimentação de uma rede mundial de comunicação telemática e os processos de consumo e de produção de música. Os processos de mediação realizados na difusão da música popular massiva na cibercultura serão abordados no próximo capítulo.

É importante ressaltar que o conceito de *circulação* aqui adotado não possui o mesmo significado de difusão; por circulação serão entendidos os processos de propagação dos arquivos musicais em redes de trocas de arquivos e em outros ambientes virtuais como sites, blogs, fóruns e podcasts, como apontado pela autora. Já o conceito de *difusão* se refere à repercussão midiática das músicas em formato digital – ou seja, o termo difusão está diretamente ligado às críticas, comentários e recomendações (e, também, contra-indicações) difundidas também em sites, blogs, podcasts e listas de e-mail, por jornalistas e usuários dessas redes de informação.

4.2.1 – A música na Cibercultura: Consumo

MP3. A sigla alfanumérica é um termo chave para se entender as reconfigurações do consumo de música na cibercultura. O algoritmo de compressão de áudio MPEG-1 Audio Layer-3 é o resultado de uma pesquisa realizada na Alemanha por um grupo de estudiosos do IIS (Institute Integriert Schaltungen), juntamente com a Universidade de Erlangen, que desenvolveram em uma codificação perceptual de áudio para transmissão digital. O objetivo principal da pesquisa era atingir o máximo de compressão do arquivo

digital com a menor perda possível da qualidade do som. O MP3 é, portanto, um arquivo digital comprimido que permite a reprodução de som com qualidade de CD, mídia que na época ainda era considerada novidade.

A principal diferença entre o MP3 e outros algoritmos de compressão está na codificação perceptual, que consiste em utilizar somente as frequências sonoras que são captadas pelo ouvido humano. As demais frequências simplesmente são descartadas para economizar espaço. Em termos práticos, enquanto em um CD a taxa de gravação (bitrate) é de cerca de 1,4 Megabit por segundo, como o MP3 foi possível manter a qualidade de áudio em uma taxa de 128 Kb/s. Desenvolvido como mais um suporte tecnológico para a circulação midiática da música, assim como o CD ou o LP, ao ser alçado para a internet o MP3 se transformou em um importante agente das reconfigurações dos processos de produção, circulação e consumo na cibercultura.

O fenômeno de “napsterização” da música apontado por Simone Pereira de Sá se refere ao Napster, o primeiro de muitos programas de trocas de arquivos desenvolvidos na internet para a distribuição e compartilhamento dos arquivos digitais. O MP3, por si só, não causaria os impactos estruturais e econômicos nos processos produtivos da indústria fonográfica. Somente cerca de uma década depois de ser criado, com a sua inclusão em um contexto de interação social, uma rede de circulação que permitiu aos usuários de internet a livre troca de arquivos musicais, é que os arquivos comprimidos reestruturaram as relações de consumo da música popular massiva.

Criado em 1999 pelo estudante americano de computação Shawn Fanning, o Napster surgiu como uma rede de compartilhamento de canções em formato digital entre seu criador, então com 19 anos, e seus amigos de faculdade. Como utilizava os servidores do Campus, a criação de Fanning logo congestionou a rede local e o estudante foi obrigado a reuplicar seu invento na internet. Uma vez na web o Napster alcançou sucesso imediato. Em seu auge, em janeiro de 2001, o programa teve um pico de 8 milhões de usuários conectados, que trocavam diariamente um volume estimado de 20 milhões de arquivos musicais.

A troca de arquivos musicais via Napster, totalmente gratuita, bateu de frente com os interesses lucrativos das grandes gravadoras, que desde a década de oitenta já combatiam as cópias caseiras de álbuns e canções gravadas em fitas cassete (a

campanha mais famosa, nesse sentido, tem um slogan sugestivo: "Home taping is killing music – and it's ilegal", encabeçada pela BPI, British Phonographic Industry). Se essas gravações já incomodavam as companhias detentoras dos direitos dos fonogramas replicados em CDs e LPs, é fácil imaginar o impacto causado por uma tecnologia que disponibiliza para download, em rede mundial, os acervos de artistas altamente rentáveis.

A classe dos artistas se dividiu. Se por um lado os arquivos de MP3 e os downloads via Napster representavam um aumento significativo na quantidade de pessoas - consumidores, em potencial - que tinham acesso às suas obras, estes, em contrapartida, o conseguiam sem nenhum ganho material para os grupos ou gravadoras. Tanto grupos considerados mainstream quanto artistas das cenas undergrounds não estavam preparados para essas mudanças. Nomes de peso vieram a público tanto para recomendar quanto para criticar os downloads gratuitos. O caso mais famoso de combate ao Napster partiu do baterista do grupo de Heavy Metal Metallica, Lars Ulrich, que encabeçou um dos processos movidos contra o Napster.

Além da ação judicial movida por Ulrich, Shawn Fanning também foi processado pelas gravadoras por violar os direitos autorais dos arquivos musicais disponíveis pela rede que criou. Por ordem da Justiça americana os servidores do Napster foram tirados do ar. Mas a medida punitiva não cessou a troca de arquivos musicais via web, proliferada a partir de novos programas como o Morpheus e o AudioGalaxy, e posteriormente alimentada por redes de trocas de arquivo Peer-to-Peer (P2P), uma alternativa desenvolvida para driblar os processos movidos contra os desenvolvedores de programas que integravam usuários de todo o planeta.

Se o Napster usava servidores próprios para armazenar os arquivos em MP3 que eram baixados, as redes ponta-a-ponta se apresentam como um ponto de encontro, um canal para que usuários de todo o mundo troquem os arquivos, diretamente de suas máquinas. Dentre os programas que utilizam a tecnologia P2P se destacam o Kazaa, que também teve seu funcionamento proibido judicialmente, e o e-Mule e o Soulseek, que continuam servindo de fonte de downloads, considerados ilegais pelas gravadoras. Para tentar combater a livre troca de arquivos via redes P2P as representações legais das gravadoras, como a RIAA (Associação da indústria de discos das Américas) e a IFPI

(Federação Internacional da Indústria Fonográfica) adotaram uma estratégia ainda mais agressiva - processar, por desrespeito aos direitos autorais e pirataria os usuários que participam das redes. Somente em 2006 foram processados 8 mil usuários, dentre eles 20 brasileiros.

Em outubro de 2000, em meio a popularização do Napster - e, conseqüentemente, do MP3 - o Radiohead lança "Kid A". Para além dos novos caminhos estéticos apontados pelo grupo, que neste álbum investe no diálogo entre melodia e experimentalismos presentes na música eletrônica, o quarto disco da banda inglesa é também considerado um marco nas relações entre a indústria fonográfica e a cibercultura. Com o "Kid A" o circuito de produção, circulação e fruição da música popular massiva é reconfigurado. O Radiohead é o primeiro artista de grande porte a ter suas músicas disponibilizadas aos seus fãs antes de seu lançamento oficial. Usando os termos hoje já comuns na web, o "Kid A" (cujo título inclusive sugere uma idéia de pioneirismo, de primeiro exemplo, de nova geração) é considerado o primeiro álbum a "vazar" na internet antes mesmo do fonograma ser gravado no suporte CD e comercializado nas prateleiras das lojas.

4.2.2 - A "crise" da indústria fonográfica

Napster, redes P2P, discos que se tornam disponíveis na internet antes mesmo de serem lançados oficialmente. Todo esse cenário sugere um colapso na indústria fonográfica. Essa sensação de descontrole é alimentada pelas grandes gravadoras, que instauraram a noção de crise. Para Simone Pereira de Sá (Sá, 2006: 3) no entanto, essa tão propagada "crise" não possui tons apocalípticos e deve ser encarada como uma reconfiguração nos padrões da indústria. "A constatação (da crise), recebida com perplexidade pelos empresários mais ortodoxos, pode ser sintetizada no fato de que nunca se consumiu tanta música como hoje; entretanto as multinacionais do setor registram números decrescentes de vendas de discos".

Esse paradoxo da proporção inversa entre o consumo e a queda das vendas é confirmado pelo relatório "Mercado Brasileiro de Música 2005", de autoria da ABPD⁵ (Associação brasileira dos produtores de disco) disponível para consulta no site da

⁵ ABPD. Publicação anual do Mercado Fonográfico ABPD 2005. Rio de Janeiro, 2006 p. 37.

entidade, que é a fonte mais atualizada para a análise do mercado fonográfico, as vendas de suportes físicos caíram aproximadamente 6,7% em termos de valores (receitas das gravadoras) e 8% em unidades, comparados aos dados de 2004. No Brasil, os valores das vendas apresentaram uma queda de 12,9% no mesmo período analisado. No comparativo entre os anos, foram vendidos 20% a menos de discos.

Segundo o relatório, "pode-se afirmar que o mercado musical brasileiro vem sofrendo um ataque crescente da pirataria online através principalmente do compartilhamento ilegal de arquivos digitais contendo músicas, entre usuários de redes Peer to Peer". É desse "ataque crescente da pirataria" apontado no relatório da ABPD a que a autora se refere ao comentar que "nunca se consumiu tanta música como hoje". Se o consumo dos bens culturais é cada vez maior, como poderia a indústria fonográfica estar em crise? O discurso da crise é, na verdade, o discurso da queda de lucro das gravadoras, que, como é explicitado no primeiro capítulo, é apenas um dos elementos do que se convencionou chamar indústria fonográfica. Uma observação mais atenta nos dados levantados pelo relatório publicado pela ABPD aponta que, apesar das vendas de suportes físicos (CDs e DVDs) estarem em franca queda, a venda de canções em arquivo digital, uma apropriação legal da prática do download de músicas digitais, apresenta números positivos, sugerindo um novo modelo de negócio.

De acordo com os dados fornecidos pela ABPD as receitas geradas com a venda de faixas digitais quase triplicou, no intervalo de um ano, em termos de valor - dos 380 milhões de dólares em 2004 para os 1,1 bilhões de dólares registrados em 2005. A quantidade total de faixas baixadas subiu de 160 milhões para 454 milhões no mesmo período. Um exemplo ilustrativo da força dos downloads pagos é o single "Crazy", do grupo de hip-hop Gnarls Barkley, que foi lançado em lojas virtuais de vendas de música no dia 13 de março de 2006 e emplacou o primeiro lugar das paradas de singles da Inglaterra apenas com as vendas online, semanas antes da edição no suporte CD (lançada no dia 3 de abril) chegar às lojas.

4.2.3 – Música digital e mobilidade

Do "Kid A" ao Gnarls Barkley e seu single, ou seja, da transgressão do download ilegal ao download pago, oferecido pelas próprias gravadoras, percebe-se uma nova

estruturação dos modos de consumo da música, “transformada em bits que podem ser acessados, lidos e traduzidos em suportes variáveis” (Sá, 2007: 126). Assim como ocorreu com outros suportes, como o CD e o LP, as músicas gravadas em formato digital impulsionaram a criação de novos aparelhos, compatíveis com as melodias transmutadas em dados. Se em seu início, na era do Napster, era necessário o uso do computador não apenas para ter acesso às faixas, mas também para reproduzi-las ou configurá-las para outro suporte (a partir da gravação dos arquivos em MP3 para CD, por exemplo), a consolidação da música digital estimulou a produção de uma série de produtos eletrônicos compatíveis com os novos suportes (MP3, WMA, OGG, MIDI, WAV etc.)

A música digital reverbera em caixas amplificadoras de sistemas de som, de reprodutores de DVDs, nos carros e, principalmente, nos ouvidos dos usuários, transmitidas por fones de aparelhos portáteis. Apesar de aparelhos como rádios, walkman e discman já permitirem o consumo móvel de música, é com os players portáteis de músicas digitais (os populares “tocadores de MP3”) que a música digital adquire uma importante característica – a mobilidade. O mais conhecido desses aparelhos é o iPod, criado pela empresa de informática Apple. Lançado em 2002 e sucesso de vendas até os dias de hoje, o aparelho possui uma variedade de formatos e funções que se tornaram mais complexas de acordo com suas novas gerações. Do primeiro iPod, com tela preta e branca e capacidade de armazenamento de 5GB aos novos aparelhos, que em seus 160GB de armazenamento, além de reproduzir músicas digitais também exibe fotos e vídeos e possuem telas sensíveis ao toque, o aparelho definiu os padrões de design e funcionalidade aplicados nos players de música digital. Um dos modelos mais recentes modelos do player, o iPhone, exerce tanto as funções de um player digital quanto as de um telefone celular. Ele é provavelmente o exemplo latente da remediação dos celulares apontada por Simone Pereira de Sá. Os aparelhos de telefonia móvel, que antes se limitavam as funções triviais de um telefone convencional – fazer e receber chamadas a partir de uma rede de telecomunicações – entraram na dança da mobilidade das músicas digitais.

“As formas de escuta musical através do celular já constituem uma expressiva fatia do mercado musical, ultrapassando a venda de singles; empresas desenvolvedoras de aparelhos contratam com exclusividade

músicos e DJs para fornecerem conteúdo musical para os celulares e patrocinam eventos musicais com o objetivo de associarem sua marca a este mercado. A previsão é de crescimento exponencial destas formas de consumo, com possibilidades do usuário estocar músicas no seu aparelho, escolher os ringtones para as chamadas, num processo que não é de simples transposição do conteúdo de uma mídia para a outra, mas do desenvolvimento de conteúdos específicos para os celulares” (Sá, 2007: 122)

4.3.1 – A produção da música popular massiva na cibercultura

As possibilidades tecnológicas da cibercultura também modificaram estruturalmente as relações de produção e circulação da música popular massiva, a partir de um processo que Simone Sá classifica como desintermediação musical.

“Conseqüência direta das novas formas de produção, tais como o home studio; e das possibilidades de circulação da música na rede, tais como sites, listas, blogs e podcasts; torna-se cada dia mais comum a história de bandas ou artistas que divulgam seu trabalho sem a intermediação das gravadoras; ou de aficionados que têm acesso direto ao trabalho dos músicos preferidos, discutindo, criticando e/ou demandando gravações de forma direta, driblando-se assim a centralização e as estratégias de marketing das gravadoras” (Sá, 2006: 16)

Sites como o nacional Trama Virtual e o americano MySpace (que recentemente também ganhou uma versão para brasileiros) também são atores participativos desse processo de desintermediação, ao disponibilizar para os grupos uma ponte de contato entre os fãs e seus ídolos. O grupo paulista de hardcore melódico Dance of Days, por exemplo, abandonou o suporte físico e disponibiliza suas canções via download remunerado no Trama Virtual, se valendo de uma rede de difusão de informações sobre as novas composições postadas em blogs, fotologs, transmitidas pelos próprios músicos e repercutidas pelos fãs.

Apesar do êxito do modelo de mediação direta entre público e artista, adotado pelo Dance of Days e também por diversos outros conjuntos, que optaram por atuar exclusivamente na web, Simone Pereira de Sá aponta que estes casos não devem ser

tomados como regra. Há diversos exemplos de grupos que utilizaram este espaço midiático não como uma forma de se desvencilhar das gravadoras enquanto intermediárias, mas justamente para conseguir projeção comercial e, conseqüentemente, um bom contrato com uma grande gravadora.

Da mesma forma, embora as novas possibilidades de consumo abertas pela produção de canções em estúdios caseiros e da livre circulação das músicas em MP3 em rede sugerirem não apenas o fim dos suportes físicos, mas do formato álbum, realizar tal profecia ser precipitado; conforme já apontado por Danilo Fraga Dantas, no primeiro capítulo deste ensaio, o MP3 possui as mesmas características de suporte que o CD ou as fitas magnéticas, não podendo ser apontado, portanto, como o agente causador da “morte” do formato álbum.

“É certo que sistemas como os programas de distribuição de arquivos na Internet forçaram a Indústria Fonográfica a fazer algumas mudanças em seus principais características. Porém, não podemos derivar daí a morte de um formato, o álbum, que está há muito tempo influenciando nosso consumo. As práticas sociais não mudam no mesmo ritmo que a tecnologia. E, muitas vezes, é a própria tecnologia que vem trazer de volta certas práticas: com o constante aumento da velocidade de conexão, ao invés de baixar músicas, muitos usuários passaram a baixar álbuns completos, inclusive com os arquivos das imagens da capa e do fundo. Esses álbuns são facilmente encontrados em programas como o e-Mule e o Soulseek. Aparelhos de reprodução desses arquivos, como os iPods ou mesmo os MP3 Players, também dividem as canções por álbuns” (Dantas, 2005: 9)

Apesar de ser um conceito ainda acolhido pelos consumidores de música e nortear os artistas da música popular massiva, a sinonímia entre os termos álbum e disco, essa sim, está com os dias contados. É o que se conclui ao analisar as estratégias de produção, consumo e circulação de "In Rainbows", sétimo lançamento de estúdio do Radiohead e o exemplo mais radical da desintermediação possibilitada pelo ambiente web. Gravado no estúdio da própria banda, sem qualquer participação ou interferência das empresas que constituem a indústria fonográfica, "In Rainbows" não é comercializado em suporte físico. O álbum foi disponibilizado para download, direto do site da banda, no segundo semestre de 2007.

Mas, ao contrário dos donwloads tradicionais, a banda de Thom York delegou aos seus fãs a responsabilidade de definir o preço a ser pago pelo álbum. Ao clicar no link para a compra de "In Rainbows" surge na tela do computador a mensagem "It's up to You". Se em "Pablo Honey" Thom York viveu as angustias de ser um "Creep" e em "The Bends" cantou os impropérios de viver um amor de plástico (Fake Plastic Trees); se com o "Ok Computer" o Radiohead se tornou clássico clamando pela ausência de surpresas (No Surprises) e com o "Kid A" abriu as portas da revolução da música digital, com o "In Rainbows" as barreiras restantes caíram e a mensagem é clara: A partir de agora, é conosco.

Capítulo 5 – A difusão da música popular massiva na internet

No capítulo anterior foram trabalhadas a produção e a fruição da música popular massiva em ambiente web. Este capítulo se propõe a entender como os processos de difusão da música popular massiva ocorrem na cibercultura, fechando, assim, a análise dos processos midiáticos da música popular massiva em ambiente web. Para tanto, será tomado como objeto de observação quatro sites que abordam de forma crítica a música pop a partir de perspectivas distintas: o **Allmusic**, um gigantesco guia de música que conta com um verdadeiro batalhão de críticos para resenhar não somente nova música nem grupos do universo pop, mas artistas de todos os tempos e gêneros, como o jazz, o blues e a música clássica; o **Pitchfork Media**, que adota o formato de fanzine para resenhas lançamentos de álbuns, EPs e também comenta shows e notícias do universo pop, com foco na música alternativa e em bandas underground; o **Popload**, blog do jornalista brasileiro Lúcio Ribeiro, que se foca nos acontecimentos e notícias da música pop internacional e local, comentando sobre lançamentos, shows, fofocas e bastidores; e a comunidade social **Rate Your Music**, cujo propósito é servir de rede de relacionamentos entre usuários cujo ponto de socialização é definido pelas cotações dadas aos seus álbuns preferidos, comentados em fóruns e em resenhas escritas pelos próprios participantes da comunidade.

5.1 – Allmusic Guide (www.allmusic.com)

Da equipe do Allmusic, por eles mesmos:

“O site Allmusic foi criado em 1995 como um lugar para os fãs de música concretizar a sua paixão. Não importa se você está visitando allmusic para procurar por um álbum recém-gravado, para saber nossa opinião sobre um lançamento, ou simplesmente para explorar o mundo da música e ver onde ele pode lhe levar, você chegou no ponto certo.

A equipe editorial do AMG, juntamente com centenas de colaboradores especializados (todos por direito fanáticos por música), fez do allmusic a mais completa fonte de referência sobre a música do planeta. Estamos todos dedicados a criar e manter o conhecimento e o conteúdo espirituoso que os amantes de música e os profissionais da indústria normalmente esperam do AMG”.

Elevar o site ao posto da “mais completa fonte de referência sobre a música do planeta”. Essa é a meta da equipe do Allmusic Guide. Com 1.384.615 álbuns catalogados (dados atualizados no dia 01 de janeiro de 2008), mais de 11 milhões de canções listadas, cerca de 321 mil resenhas e 86 mil biografias de artistas, é difícil negar que a equipe do site não alcance suas pretensões. O AMG é, hoje, uma gigantesca rede interligada de informações sobre músicas de todos os tempos. É possível partir da resenha do novo disco de uma banda da nova geração, como o Arctic Monkeys, para a biografia da clássica banda de punk The Clash, dos anos setenta, pulando de link em link – são mais de 11 milhões de interligações entre as páginas.

Essa é, basicamente, a fórmula de sucesso do Allmusic; conteúdo sempre atualizado que faz parte de uma rede totalmente interligada. Para se compreender melhor como funciona o sistema do Allmusic será tomado como exemplo, novamente, o Radiohead. Ao entrar na página inicial o internauta que busca informações sobre a banda de Thom York pode digitar na área de pesquisas o nome do grupo, de um álbum ou de uma canção. A busca redirecionará o usuário para a página inicial do artista, chamada “Overview”, com imagens da banda, os nomes dos integrantes e as capas de alguns dos discos, além de uma biografia resumida.

Além disso, a página inicial do artista também o localiza temporal e geograficamente, define o seu gênero (no caso do Radiohead, “rock”); os estilos (experimental, rock, alternative pop/rock, britpop, indie electronic); os “moods”, que são adjetivos que ajudam a entender a sonoridade da banda (o Radiohead recebeu mais de vinte adjetivações, como “paranoid”, “hypnotic”, “cold” e suffocating”). Por fim, no “overview” o site também lista uma série de artistas similares (Blur, Coldplay, Spritualized), grupos que influenciaram o Radiohead (Pixies, Talking Heads, The Smiths) e também conjuntos influenciados pela sonoridade da banda (Muse, Brickfoot, Pilot Speed, dentre outros). As informações da página inicial de um artista também incluem links para trabalhos solo dos participantes do conjunto e uma lista de compositores das canções gravadas pelo grupo. Por fim, na parte inferior da tela há links para vídeos.

No link “Biography” há um texto com a história do conjunto, que é atualizada de acordo

com os novos lançamentos do artista. A barra lateral da página inicial (em que são disponibilizadas as informações gerais do artista, como ano de fundação, gênero, estilo e os “moods”) permanece em todos os links internos dos conjuntos. A crítica da música, propriamente dita, está disponível no link “Discography”, que lista os discos oficiais dos grupos em ordem cronológica e com uma cotação, representada por um sistema de cinco estrelas, que possui dez variações (o Pablo Honey, por exemplo, recebeu três estrelas; o “Ok Computer”, cinco e o “In Rainbows”, 4 estrelas e meia). Dentro de “Discography” o usuário ainda encontra links para as compilações lançadas (participações em coletâneas, coleções de b-sides e raridades), para os singles e EPs e para os DVDs e vídeos, todos devidamente cotados e resenhados.

No link “Songs” o usuário pode conferir quais as principais canções do artista (listadas na aba “Highlights”), ter acesso ao nome, o compositor e o álbum em que determinada canção foi gravada, através do link “All Songs” e ainda saber quais músicas foram gravadas por outros grupos, listadas no link “Songs Composed By”. A extensa rede de informações relacionadas ao artista se completa com o link “Credits”, em que são listadas as participações – e as funções realizadas – pelos integrantes do conjunto em coletâneas de vários artistas, DVDs de shows e trilhas sonoras de filmes; e com o link “Charts & Awards”, em que são listadas as posições do artista nas listas de álbuns e singles da Billboard e os Grammys vencidos pelo grupo.

Além do campo para pesquisa, que é destacado no site, a home do Allmusic disponibiliza, diariamente, uma sugestão de álbum, chamada “Album of the Day”, novos posts do “Allmusic Blog” (que disponibiliza notícias relacionadas a lançamentos e outras informações gerais sobre música), uma tabela lateral com os novos álbuns lançados (“New Releases”) e outra com o “Classical Corner”, que relaciona conteúdos sobre música erudita. Os demais destaques do site são definidos a partir dos links que completam a home do Allmusic como o “Editors’ Choice”, que relaciona os principais lançamentos apontados pela equipe do AMG nos últimos três meses; o “Writers’ Bloc”, em que a equipe do site aponta suas preferências musicais; o “Top Searches”, que lista, semanalmente, os artistas e álbuns mais procurados no Allmusic; os links “Artist Spotlight” e “Whole Note”, que apontam para áreas específicas do blog, como listas de melhores do ano e “Classical Reviews” e “Top Composers”, links também relacionados à música clássica.

Outra maneira de navegar pelas páginas do AMG é seguir os links relacionados aos gêneros. De uma maneira mais ampla o site separa os artistas catalogados em “Rock”, “Jazz”, “R&B”, “Country”, “Blues”, “World”, “Electronica”, “Classical”. Clicando em um desses atalhos o usuário pode navegar pelos diferentes estilos abarcados pelo gênero. O Rock, por exemplo, é dividido em “Alternative/indie rock”, “Art-Rock/Experimental”, “Dance”, “Folk/country rock”, “Hard rock”, “Pop/rock”, “Punk/new wave”, “Rock & roll/roots”, “Soft rock”, “Psychedelic/garage”, “Foreign language rock” e “British invasion”. Cada uma dessas divisões é, por sua vez, recheada de subdivisões. O estilo “Alternative/indie rock”, por exemplo, abarca divisões como o “Grunge”, o “Shoegaze”, o “Post-rock” e o “Screamo”, dentre muitos outros (a lista completa inclui 57 categorias de rock alternativo). Cada gênero e estilo apontado pelo AMG possui uma breve descrição. Ao clicar em algum dessas categorias o leitor pode conferir um texto que define o estilo e ainda conhecer os principais artistas, álbuns e músicas dessa opção estética. Os conteúdos relacionados aos gêneros são complementados por uma série de especiais sobre determinados estilos e assuntos relacionados. Ainda tomando como exemplo a página dedicada ao rock, é possível ler sobre o rock australiano, as influências dos fanzines e as relações entre comédia e o rock, dentre outros artigos escritos pela equipe do Allmusic.

Além de pesquisar diretamente sobre o artista desejado (e a partir dos resultados receber recomendações de outros artistas) e de pesquisar o conteúdo do site pelos gêneros e seus estilos, o internauta ainda pode acessar o banco de dados do AMG para pesquisar pelos artistas a partir dos instrumentos que tocam (assim como ocorre nas definições de estilo, as páginas de determinado instrumento possui informações gerais e uma lista com os principais artistas e álbuns em que o instrumento mais se destaca), pelos países (o link “Country” disponibiliza um mapa com os continentes. Ao clicar em “South America”, por exemplo, é possível acessar o Brasil e também conferir uma lista com artistas e álbuns importantes – muito embora, por se tratar de um site americano e escrito em inglês as referências aos artistas nacionais não sejam necessariamente precisas), pelos “Moods” e também por “Themes”, que são indicações de artistas e canções adequados a situações como um aniversário, um dia solitário, sedução ou motivação.

Como se pode notar pela quantidade de conteúdos e formas de navegação do Allmusic

Guide, que ainda disponibiliza audições de canções em formato stream e links diretos para lojas de música online, o site é uma referência de peso no que se refere à difusão da música popular massiva, ainda que apresente algumas falhas com relação a conteúdos cuja língua pátria não é o inglês. As inter-relações desenvolvidas pelas cadeias de links do AMG são fundamentais para entender a capilaridade dos gêneros da música, seja ela pop, jazz ou erudita.

5.2 - Pitchfork Media (www.pitchfork.com)

O site americano foi criado em 1995 pelo então estudante Ryan Schreiber, que se inspirou em fanzines e outras publicações alternativas para publicar, via web, artigos e informações sobre música independente. Antes de trabalhar o Pitchfork Media, portanto, se faz necessário trabalhar o conceito de fanzine. Roy Shuker os define como um “tipo de publicação de natureza não comercial”, que, portanto, não pode ser considerada parte da imprensa musical. Para o teórico, “apesar de sua natureza essencialmente comercial e freqüentemente efêmera, os fanzines continuam fazendo parte do cenário da música popular⁶. São essenciais para o desenvolvimento e popularização dos cenários da música alternativa” (Shuker, 1999: 125-126)

Inicialmente funcionando como um webzine, o site era atualizado mensalmente com entrevistas e resenhas e tinha outro nome, Turntable (aparelhagem utilizada por DJs). Em 1996 Shreiber passou a gerar novos conteúdos para a página diariamente e mudou o nome do site, que passou a se chamar Pitchfork (em português, tridente, uma referência à tatuagem do personagem Tony Montana, do filme Scarface).

Nesses pouco mais de 12 anos no ar o Pitchfork se consolidou como referência para a música considerada alternativa, ajudando a alavancar a carreira de vários grupos do indie rock (nomes como o Franz Ferdinand, Interpol e Arcade Fire se tornaram fenômenos de massa – em seus respectivos nichos - a partir de resenhas positivas publicadas pelo site). Nas resenhas, notícias e entrevistas do Pitchfork se percebe claramente a herança dos fanzines; ao contrário do praticado na imprensa musical, a proposta do site não é necessariamente pautar os leitores sobre as movimentações da

⁶ O termo popular, nesse caso, está inserido na conceituação trabalhada pelas escolas de língua inglesa

música pop, mas sim gerar conteúdos relacionados a artistas considerados interessantes ou relevantes para a cena independente.

Em sua página inicial são destacadas as últimas atualizações das quatro seções que compõem o site: *Reviews*, *News*, *Features*, *Forkcast* e *Best New Musics*. Em *Reviews* são publicadas as resenhas críticas dos álbuns e EPs lançados no dia. Os discos são avaliados e cotados em um sistema de notas que varia de 0.0 a 10.0, sendo consideradas as escalas decimais. Assim como nas demais áreas do site, não há qualquer espaço para os usuários postarem comentários – a interação entre leitores e críticos se dá a partir de um link para contato por e-mail.

Na seção *News*, a equipe do Pitchfork publica notícias gerais relacionadas aos artistas, como datas de turnês, bandas que entraram em estúdio e outras notas sobre bastidores. Já no link *Forkcast*, o site disponibiliza vídeos e músicas dos artistas resenhados, que podem ser escutadas apenas no site, em formato stream, ou baixadas. Em *Features*, por sua vez, o leitor pode conferir listas de melhores álbuns e músicas (apesar de se focar na “nova música”, o site já publicou listas com os melhores álbuns dos anos 70, 80 e 90, além de uma lista com as 200 melhores canções dos anos 60), entrevistas detalhadas e coberturas de shows e festivais. Como o volume de informações postado no Pitchfork é alto – são publicadas, diariamente, cerca de quatro resenhas de discos – o link *Best New Musics* serve como uma espécie de filtro que destaca obras que os organizadores e colaboradores do site julgam importantes.

A influência do site na difusão da música popular massiva, ainda que restrita a um gênero específico, pode ser medida pelo artigo publicado no jornal *Washington Post*⁷, de 30 de abril de 2006. Na matéria “Givin indie acts a plug, or pulling it” (em português, algo como “plugando ou desplugando um artista indie”) o jornalista J. Freedom du Lac traça um perfil de Ryan Schreiber e de seu site, e contextualiza dois casos que demonstram a importância do Pitchfork Media para a difusão da música alternativa. O artista “plugado” da matéria é o Arcade Fire, que depois de receber a nota 9.7 pelo seu disco de estréia, *Funeral*, teve um crescimento exponencial em suas vendas, tornando-se o álbum mais vendido do modesto selo canadense Merge.

⁷ Disponível em versão eletrônica no endereço: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/04/28/AR2006042800457.html>

Travis Morrison, por sua vez, foi “desplugado” pelo site ao lançar “Travistan”, seu primeiro projeto solo. O trabalho do ex-líder do grupo Dismemberment Plan, cujo álbum “Emergency & I” foi considerado pelo Pitchfork o melhor álbum de 1999, recebeu a nota 0.0. Segundo o Washington Post, a repercussão da resenha vexatória fez com que as canções de “Travistan” parassem de tocar em rádios universitárias e o público de Morrison em shows diminuísse vertiginosamente – segundo a reportagem, uma loja de discos do Texas inclusive se recusou a ter os discos de Morrison nos estoques.

5.3 – Popload (www.lucioribeiro.com.br)

Se no Pitchfork Media a herança da cultura de fanzine influencia diretamente nas “pautas” trabalhadas pelo site, quando a mediação se realiza a partir de blogs essa tendência das produções de fã aumenta ainda mais. Há, no entanto, bons exemplos de blogs que abordam a música pop de maneira séria. No Brasil o Trabalho Sujo (<http://www.gardenal.org/trabalhosujo>), do jornalista Alexandre Matias, e o Pop up!, do também jornalista Bruno Nogueira merecem destaque, o primeiro por sempre abordar questões relevantes nas reestruturações da música popular massiva e o segundo por mesclar notícias relacionadas à música pop de forma ampla e pouco afetada, ao mesmo tempo em que valorizam as cenas locais.

O blog do jornalista Lúcio Ribeiro foi escolhido para análise por ser, talvez, o blog sobre música mais influente do Brasil. Instalado há cerca de um ano e meio nos servidores do portal de internet IG, o Popup preserva alguns elementos da coluna de mesmo nome publicada pelo jornalista no site da Folha de São Paulo. No entanto, ao investir no formato blog, Ribeiro conseguiu imprimir a seus textos ainda mais liberdade do que costumava ter na coluna do jornal.

O Popload, atualmente, além de blog é também uma coluna (espécie de compilação e reorganização dos conteúdos postados no blog) e programa de rádio, “Poploaded” apresentado por Lúcio Ribeiro em parceria com o jornalista e ex-vj da MTV Fábio Massari e disponibilizado no site em formato podcast, além de fornecer aos leitores uma agenda com os shows e apresentações no link “Out – o guia das baladas”.

Uma das grandes propostas do blog e até o momento, no entanto, não cumprida, é a de disponibilizar conteúdos sobre a cena rock de todos os estados do Brasil. Ao clicar no link “Mapa do rock” o internauta se depara com mapa do País, com links para os estados. A única cena mapeada até agora, no entanto, é a do Ceará. Na página estão disponibilizados textos sobre a história da cena, as principais bandas, os lugares, os meios de comunicação e pessoas importantes para o cenário cearense.

Tanto o “Mapa do Rock”, quanto o Poploaded quanto o guia de baladas estão linkados à página principal, em que são destacados os conteúdos do blog. Sempre que uma nova seção do site é alimentada o jornalista disponibiliza, via blog uma chamada para esse conteúdo. É interessante notar que as atualizações das colunas são representadas por imagens que se assemelham a capas de revistas, contendo inclusive manchetes e chamadas.

O conteúdo gerado para o blog é o carro-chefe do site e nele Lúcio Ribeiro disponibiliza notícias sobre música com fortes influências do Pitchfork Media e de outros sites estrangeiros para a definição do que é, ou não relevante. Apesar de, em seus textos, imprimir uma forte marca autoral, Lúcio Ribeiro faz em seu blog uma espécie de triagem do que é notícia em outros blogs e sites estrangeiros e repercute essas informações na sua página. Os bastidores da cena alternativa nacional, assim como as expectativas para apresentações de grupos internacionais no Brasil também são notícia no blog. Em 2007 o jornalista chegou a fazer uma espécie de calendário com as datas de shows confirmados, não confirmados e boatos.

Além do podcast, os posts do Popload são normalmente complementados por vídeos, trechos de músicas e arquivos em MP3 para downloads. Diferentemente do Allmusic e do Pitchfork, no blog os usuários podem participar, comentando e repercutindo a notícia através da janela de comentários. Em alguns casos os conteúdos geram, inclusive, novas postagens, fazendo com que o leitor participe, ao menos indiretamente, dos processos de difusão.

5.5 – Rate Your Music (www.rateyourmusic.com)

Se nos blogs sobre música pop a participação dos leitores e usuários interfere de forma indireta nos processos de difusão, na comunidade virtual Rate Your Music (“Ranqueie suas músicas”, em uma tradução aproximada para português) é a participação dos usuários, de forma direta, que dá sentido ao RYM. Criado em 2000, o site é uma grande comunidade de classificação e difusão de música, organizada e mantida a partir da participação dos usuários. Sai de cena o conceito de crítico que leva aos seus leitores as novidades da música, apontando o que deve ou não ser ouvido. No RYM essa função é delegada aos próprios internautas.

Para participar do Rate Your Music basta acessar a área de ativação e preencher um cadastro simples e gratuito, em que devem ser definidos o nome do usuário, uma senha e a idade do participante, além da localidade. O processo de inscrição é finalizado por um pedido do RYM – os novos usuários devem digitar o nome de alguns de seus artistas preferidos, para constar em sua página inicial, que é acessível a todos os inscritos na rede.

Uma vez inscritos, os usuários podem participar das discussões realizadas em fóruns (há inclusive um deles apenas para usuários que falam português), criar, a partir de seus próprios critérios, listas e rankings, além de catalogar e dar notas a seus álbuns. Essas pontuações variam em uma cotação semelhante a adotada no Allmusic (cinco estrelas e nove graduações, variando da meia estrela à cinco estrelas completas).

Os álbuns analisados são localizados a partir do banco de dados do RYM e acessadas pelo link “go!”, disposto no menu fixo do site. Para classificar os álbuns do Radiohead, por exemplo, é preciso localizá-los mediante uma busca (que pode ter como critério os artistas ou os próprios álbuns) e clicar na imagem correspondente a capa do trabalho que será analisado. Além de dar notas, o usuário também pode informar como obteve acesso ao produto, escolhendo entre as opções “I own this” (eu possuo isto), “On my Wishlist” (está na minha lista de desejos) e “I used to own this” (eu costumava possuir isto). No caso, por exemplo, do usuário desejar ranquear o “Kid A” e ter acesso as músicas do disco, ele pode definir em que suporte as possui (a lista inclui as opções CD, vinil, cassete, minidisc, MP3/Digital, DVD-A, SACD, CD-R e ainda “other”).

As informações fornecidas pelo internauta são enviadas diretamente para o banco de dados do site, que calcula, a partir de diversos critérios que incluem, dentre eles, o grau de participação do usuário – os algoritmos utilizados pelo RYM para definir a nota de um disco procuram diminuir possíveis fraudes causadas, por exemplo, por contas falsas – a nota geral, dada por todos os usuários, a determinado álbum. Essa nota é cotada em uma escala centesimal para quando o site divulgar listas de melhores discos de determinados períodos haja o menor choque possível entre as graduações. Além de dar notas e informar em que suporte possuem determinados álbuns, os usuários também podem sugerir “tags”, palavras-chave que servem para adjetivar as produções, e escrever resenhas justificando suas notas. Essas resenhas podem ser lidas diretamente da página do usuário ou postadas pelos mesmos nos fóruns. A interação entre usuários, além de se dar a partir dos tópicos propostos para discussão, também pode ocorrer através de mensagens individuais e por recomendações de álbuns e artistas.

O conteúdo da página inicial do Rate Your Music é totalmente composto por conteúdo gerado pelos usuários. Nela estão dispostas resenhas de álbuns clássicos ou que mereçam algum tipo de destaque, escolhidas pelos administradores da rede (essas resenhas são escritas em diversas línguas, ainda que o inglês prevaleça frente às restantes) e alguns lançamentos recentes, já cotados e recomendados pelos usuários. O site também disponibiliza na “home” listas dos cinco melhores do ano, dispostos de forma randômica (entre os anos de 1951 e 2007), notícias relacionadas a rede e também curiosidades e novidades do universo da música postadas por alguns usuários credenciados, além de um sistema que atualiza, em tempo real, as cotações mais recentes.

Conclusão

Nos trabalhos em que analisa a cibercultura, Simone Pereira de Sá constantemente faz menção à crítica cultural, que, a partir das reestruturações ocorridas nos processos de mediação, “parece estar vivendo um momento de intenso florescimento na internet” (Sá, 2006:11). Peça fundamental da difusão midiática da música popular massiva, a partir de análise dos exemplos abordados é possível constatar este florescimento da crítica insinuado pela autora.

O modelo colaborativo sugerido pelo RYM é um exemplo de como até mesmo a crítica pode ser atingida pelas remediações configuradas pela cibercultura. Desmaterializada, virtualizada e produzida de forma desintermediada (ainda que esses processos não constituam em regra, mas os casos trabalhados no decorrer do ensaio sugerem, ao menos, um direcionamento), a música popular massiva continua se moldando e se readaptando aos avanços tecnológicos, que a transformam de uma forma cada vez mais inalcançável pelos modelos de produção, difusão e consumo sugeridos pela indústria fonográfica.

Bibliografia

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática* – São Paulo: Paulus, 2006

DANTAS, Danilo Fraga. *MP3, a morte do álbum e o sonho da liberdade da canção?* Anais do V Enlepicc. Salvador, BA. Novembro de 2005.

FREIRE FILHO, João. “*O rock está morto, viva o rap! O rap morreu...*”: a nostalgia da autenticidade na crítica cultural contemporânea In: Ângela Prysthon, Isaltina Melo Gomes (Ed.). Ícone, revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UFPE. Recife-Pernambuco: Editora Oito de março, 2003, v. 1, p. 47-77

JANOTTI JR, Jeder. *A música popular massiva, o mainstream e o underground trajetórias e caminhos da música na cultura midiática*. In: Freire Filho, João; Janotti Júnior, Jeder. (Org.). Comunicação e Música Popular Massiva. Salvador-Bahia: Editora da UFBA, 2006, v. 1, p. 11-23.

_____. *Gêneros musicais: performance, afeto e ritmo: uma proposta de análise midiática da música popular massiva*. In: Contemporânea, Revista de comunicação e cultura do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia – UFBA, 2004. Salvador-Bahia. v. 2, p. 189-204

LEÃO, Carolina Carneiro. *A maravilha mutante: batuque, sampler e pop no Recife dos anos 90*. Dissertação de mestrado. 2002 – Universidade Federal de Pernambuco.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. *Identidade, afeto e autenticidade: a (in)validade do discurso da ideologia do rock no cenário musical contemporâneo*. In: Freire Filho, João; Janotti Júnior, Jeder. (Org.). Comunicação e Música Popular Massiva. Salvador-Bahia: Editora da UFBA, 2006, v. 1, p. 41-54.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. 3.ed. – São Paulo: Contexto, 2007.

SÁ, Simone Pereira. *A música na era de suas tecnologias de reprodução*. E-Compós (Brasília), v. 6, p. 1-15, 2006.

_____. *Consumo musical na cibercultura - a nova ordem musical*. Anais do V Enlepicc. Salvador, BA. Novembro de 2005.

_____. *Quem media a cultura do shuffle? Cibercultura, gêneros e mídias*. Sessões do imaginário, v. 15, p. 1-12, 2006.

_____. *Mediações musicais através dos telefones celulares*. In: Freire Filho, João; Janotti Júnior, Jeder. (Org.). *Comunicação e Música Popular Massiva*. Salvador-Bahia: Editora da UFBA, 2006, v. 1, p. 111-130.

SALDANHA, Rafael Machado. *Rock em revista: o jornalismo de rock no Brasil*. Projeto experimental. 2005 – Universidade Federal de Juiz de Fora

SHUKER, Roy. *Vocabulário de Música Pop*. São Paulo: Hedra, 1999.

Anexo 1: Imagens

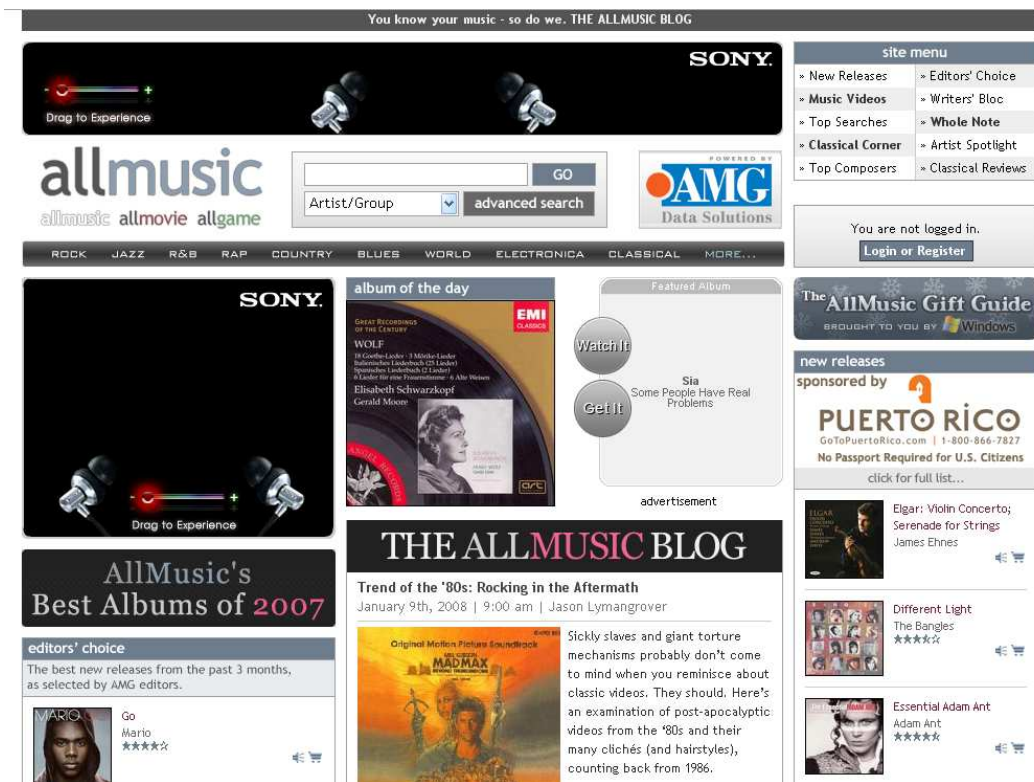


Figura 1 - home do Allmusic Guide

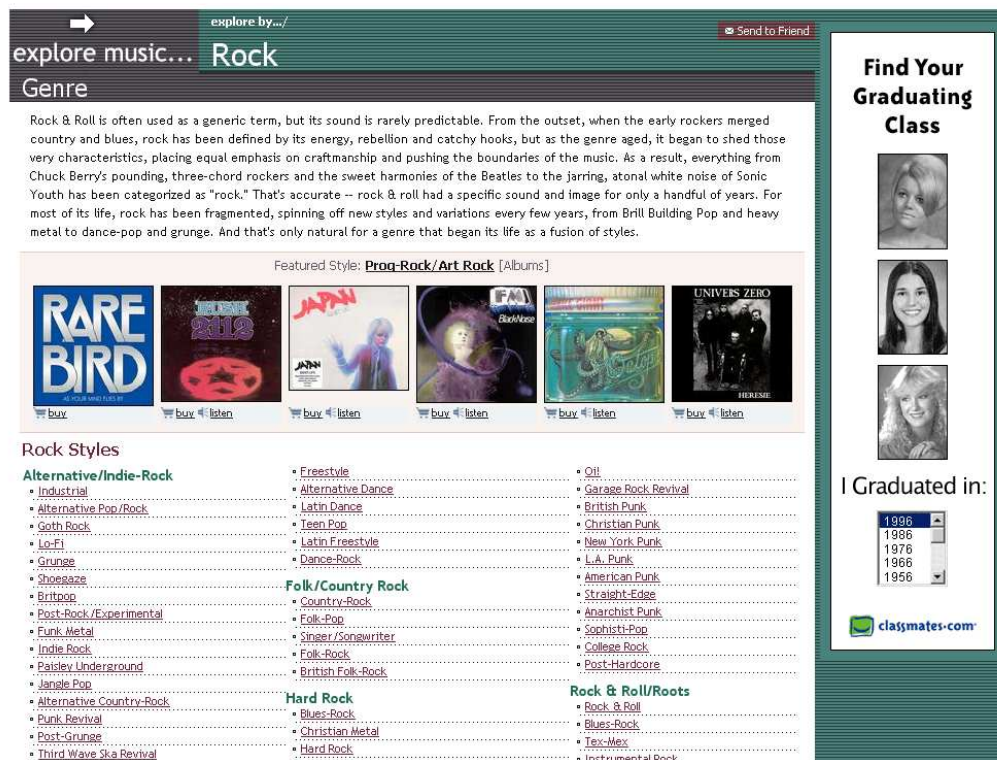


Figura 2 - Guia de referências do rock (Allmusic Guide)

Overview Biography Discography Songs Credits Charts & Awards

Radiohead

wrong person? more matches HERE




Photo by Danny Clinch

Biography

by Stephen Thomas Erlewine & Andy Kellman

Radiohead was one of the few alternative bands of the early '90s to draw heavily from the grandiose arena rock that characterized U2's early albums. But the band internalized that epic sweep, turning it inside out to tell tortured, twisted tales of angst and alienation. Vocalist Thom Yorke's pained lyrics were brought to life by the group's three-guitar attack, which relied on texture -- borrowing as much from My Bloody Valentine and Pink Floyd as R.E.M. and Pixies -- instead of virtuosity. It took Radiohead awhile to formulate their signature sound. Their 1993 debut, *Pablo Honey*, only suggested their potential, and one of its songs, "Creep," became an unexpected international hit, its ... [Read More...](#)

Picture Browser

1989 in Oxford, England

Years Active: 1910 20 30 40 50 60 70 80 90 2000

Genre: Rock

Styles: Experimental Rock, Alternative Pop/Rock, Britpop, Indie Electronic

Moods: Cold, Epic, Sprawling, Austere, Paranoid, Tense/Anxious

Watch music videos by this artist!

Other Entries

- Movie Entry
- Classical Music Entry

Group Members

- Colin Greenwood
- Jonny Greenwood
- Ed O'Brien
- Phil Selway
- Thom Yorke

Influenced By

- Pixies
- The Smiths
- Suede
- Can
- Pink Floyd
- R.E.M.
- Talk Talk
- Squarepusher

sponsored content by biggerboat

You Might Also Like...

Rivers Cuomo
Alone: The Home Recordings of Rivers Cuomo




Hear It! Get It!

Do you know...

Figura 3 - Página do artista (AMG)

OK Computer

Radiohead



Available On: [Icons]

Priced from \$6.66 to \$48.45
See all 8 sellers

Album Browser

Artist: Radiohead

Album: OK Computer

Rating: **AMG ALBUM PICK** ★★★★★

Release Date: Jul 1, 1997

Label: Capitol

Time: 53:21

Genre: Rock

Styles: Indie Electronic, Alternative Pop/Rock, Britpop

Moods: Epic, Night Driving

Review

by Stephen Thomas Erlewine

Using the textured soundscapes of *The Bends* as a launching pad, Radiohead delivered another startlingly accomplished set of modern guitar rock with *OK Computer*. The anthemic guitar heroics present on *Pablo Honey* and even *The Bends* are nowhere to be heard here. Radiohead have stripped away many of the obvious elements of guitar rock, creating music that is subtle and textured yet still has the feeling of rock & roll. Even at its most adventurous -- such as the complex, multi-segmented "Paranoid Android" -- the band is tight, melodic, and muscular, and Thom Yorke's voice effortlessly shifts from a sweet falsetto to vicious snarls. It's a thoroughly astonishing demonstration of musical virtuosity and becomes even more impressive with repeated listens, which reveal subtleties like electronic rhythms, eerie keyboards, odd time signatures, and complex syncopations. Yet all of this would simply be showmanship if the songs weren't strong in themselves, and *OK Computer* is filled with moody masterpieces, from the shimmering "Subterranean Homesick Alien" and the sighing "Karma Police" to the gothic crawl of "Exit Music (For a Film)." *OK Computer* is the album that establishes Radiohead as one of the most inventive and rewarding guitar rock bands of the '90s.

Tracks


	Title	Composer	Time
1	Airbag	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:44
2	Paranoid Android	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	6:23
3	Subterranean Homesick Alien	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:27
4	Exit Music (For a Film)	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:24
5	Let Down	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:59
6	Karma Police	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:21
7	Frñter Happier	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	1:57
8	Electioneering	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	3:50
9	Climbing Up the Walls	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:45
10	No Surprises	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	3:48
11	Lucky	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	4:19
12	The Tourist	Greenwood, Greenwood, O'Brien ...	5:24

Releases

sponsored content by biggerboat

You Might Also Like...

Rivers Cuomo
Alone: The Home Recordings of Rivers Cuomo



Hear It! Get It!

Do you know...

HOW MANY COPIES OF SUPER MARIO BROS. 3 WERE SOLD?

We do. allgame

Find Your Graduating Class




Figura 4 - resenha de álbum (AMG)

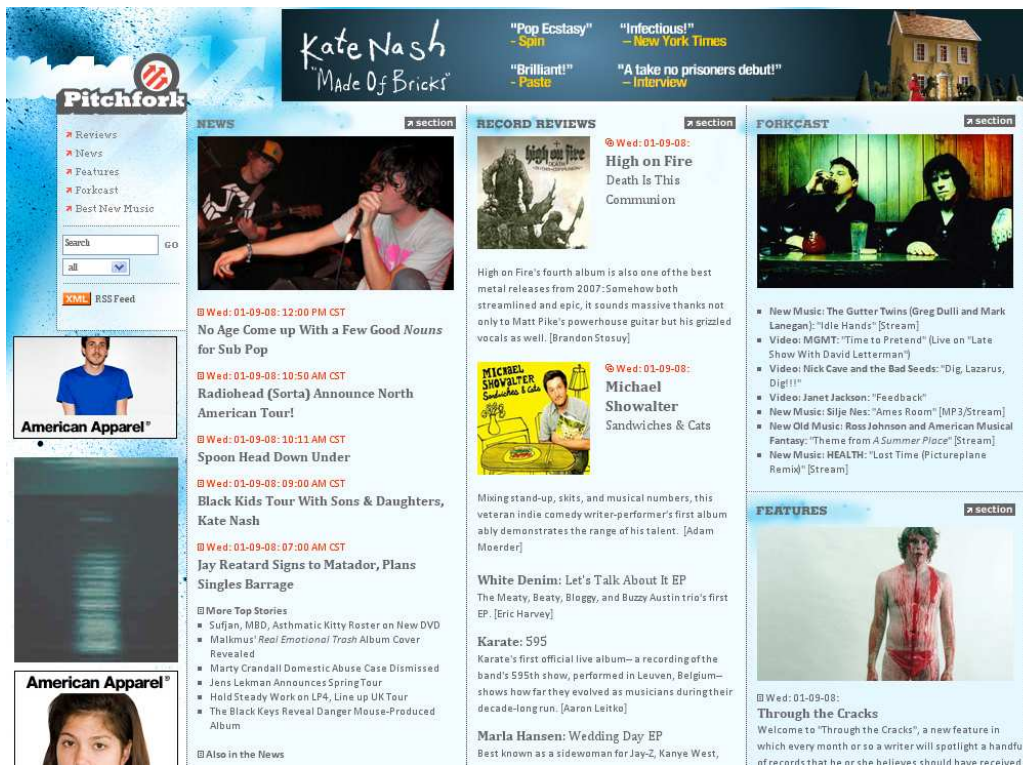


Figura 5 - home do Pitchfork Media

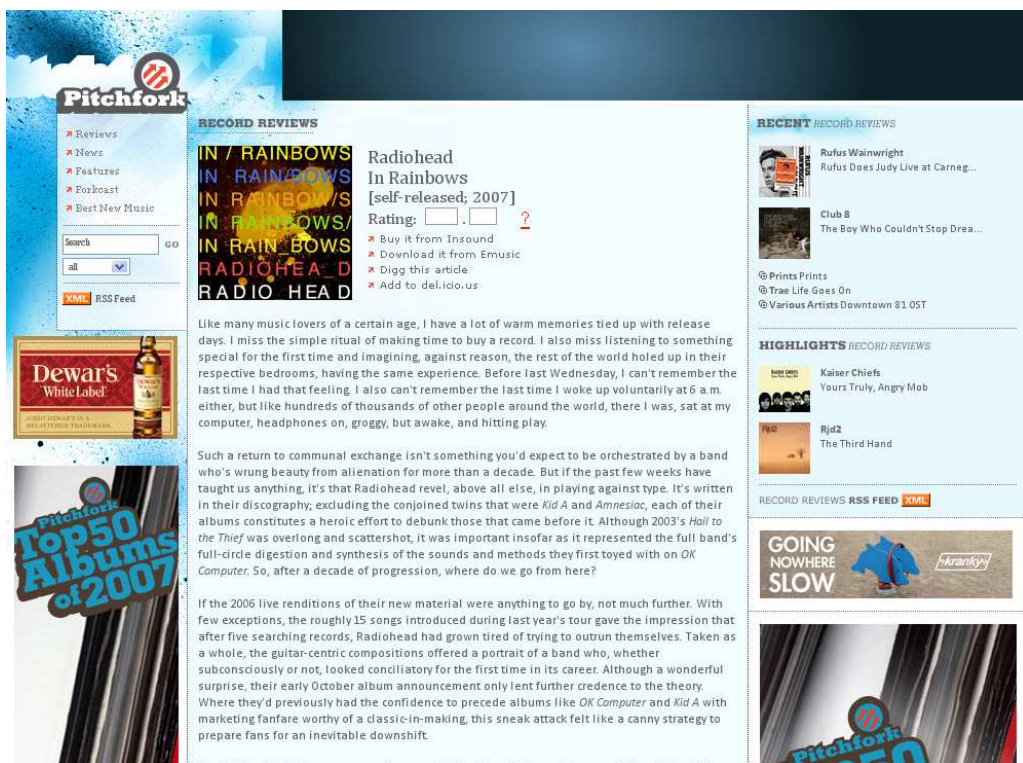


Figura 6 - resenha de álbum (Pitchfork Media)

POPLOAD
POR LÚCIO RIBEIRO

BLOG COLUNA RÁDIO

MAPADOROCK
O Mapa do Rock é um projeto itinerante que pretende descobrir novidades da cena pop-rock pelo Brasil afora.

Clique nos estados para ver o que já foi publicado:

Lúcio Ribeiro é jornalista, escreve sobre rock e cultura pop para a Folha de S.Paulo, é colunista das revistas Bizz e Capricho, editor-contribuinte da Superinteressante e DJ residente do clube Vegas e do Studio SP

POPLOADED

A edição número 41 do **Poploaded** está no ar. **Ouçã agora!**

OUT
O GUIA DE BALADAS

Figura 9 - mapa do rock (Popload)

*rym find go! community guilhermegatis \$ [x]

Welcome back, guilhermegatis!

Rate Your Music: Best of 2007

Reviews [+]

Closer
Joy Division
(1980)

Why is this regarded as one of the best albums of all-time? I can only try and scratch the surface with this minimal review. I never really got into the "punk" era. I felt it was poor musicians and songwriters filled with angst, and by bashing out 3 chord progressions with a limited bottom it just never got my attention. That was my fault, for I never took the time to listen and try and understand what was happening within the music. With this "Closer" re-master and attentive listening I've discovered a true gem. Fat bass lines and triplet drums underneath angular and jagged guitar work, along with beautiful synth work in a minimalistic compositional structure, make up a masterpiece. Ian Curtis's vocals and the crushing lyrical content contained create an atmosphere of heavy sadness and a morose feeling throughout. The music strangely is of an almost dance-hall beat, which makes an extreme juxtaposition. When all is said and done, this is Ian Curtis letting the listener into his disturbed vision of himself and the society which was 79-80. When a band can conjour up images and music to create such a palette of dark emotions, then for me, it becomes the epitome of musical Art. And in my humble opinion, Joy Division have achieved this. Listen to the achingly beautiful piano on the song "Eternal" This connected with me inside places I didn't even know existed. Many great moments on this 45 minute disc. Not a ride for everyone, but all should hear this at least once. The re-master includes a "live" performance at London Univ. in February of 1980. Although Ian's vocals are a little low in the mix, this demonstrates the juggernaut that Joy Division was Live.

Rated: ★★★★★ **LostViking (131 reviews)**

Ser filho de artista famoso em geral é

Latest Ratings

- CMX**
Cloaca Maxima
Maennaa | ★★★★★
- Led Zeppelin**
Houses of the Holy
shimmyhawk | ★★★★★
- Porcupine Tree**
Fear of a Blank Planet
Jarno42147 | ★★★★★

News


Disco Alarm!
Remembering **Dschinghis Khan**, Hendrik Louis Potgieter (1951-1996) and **Steve Bender** (1946-2006)....

Figura 10 - home do Rate Your Music


*rym find go! community guilhermegatis \$ [x]

GO to: Fav. Artists Recommended Ratings (17) Collection (15) Used to Own (2) Wishlist (1) Reviews (0) Music (18)


Favorite Artists




Tim Maia
Tim Maia
Album / 1971



Caetano Veloso
Caetano Veloso [aka London, London]
Album / 1971




Radiohead
Kid A
Album / October 3, 2000
Capitol Records | 7243 5 27753 2 3
CD |



Blur
Modern Life Is Rubbish
Album / May 1993
SBK Records | 0777 7 89442 2 4
CD |

Note: you can also enter the UPC code to directly search for a CD

Release Info Help



Radiohead
Kid A
Album | October 3, 2000

[More Info](#)

Rating

0.5 1.0 1.5 2.0 2.5 3.0 3.5 4.0 4.5 5.0 | **unrated** |

Catalog

I own this On my Wishlist I used to own this | **N/A**

Tags

[click to set tags](#)

Review

Figura 11 - página de ranqueamento de álbum (RYM)

*rym find go! community guilhermegatis \$ [x]

Community > RYM em português > **In Rainbows, novo álbum do Radiohead**

Page: [1] 2 3 4 >>


<p>BrunoMattos</p> <p>Joined Sep 2005</p> <p>[quote] [flag]</p>	<p>Saturday Oct 13, 2007, 12:00 AM GMT</p> <p>O novo álbum do Radiohead foi lançado oficialmente no dia 10 de outubro e o download pode ser feito no site www.radiohead.com O preço está a escolha de quem faz o download. Exatamente, você se cadastra no site e paga quanto quiser. Para uma primeira audição (que estou fazendo agora), optei por pagar 00,00 libras (pão duro).</p> <p>Estou odiando.</p> <p>Alguém mais ouviu? Opiniões?</p>	<p style="font-size: small;">If you have a few minutes, please vote on some artist profiles. Thankst!</p> <p>Presenting: Rainbows, by rym</p> <p>Change to: <input type="text"/></p>
<p>Regente</p> <p>Joined Sep 2006</p> <p>[quote] [flag]</p>	<p>Saturday Oct 13, 2007, 02:05 AM GMT</p> <p>Não tenho muito o que dizer, vou só repostar o que disse em outro fórum:</p> <p>Tanto o OK Computer quanto o Kid A, na minha opinião, são anos-luz melhores que o In Rainbows. O álbum me desapontou. As músicas não me empolgam. Até a voz do Thom soa irritante pra mim.</p> <p>Continuarei ouvindo o CD, though. Talvez eu venha a curtir-lo com o tempo.</p>	 <p>\$9.99</p>  <p>\$76.00</p>  <p>\$8.99</p>
<p>drd00m</p> <p>Joined Aug 2006</p> <p>[quote] [flag]</p>	<p>Saturday Oct 13, 2007, 02:07 AM GMT</p> <p>Já baixei o disco, mas ainda não tive tempo de ouvi-lo.</p> <p>Nunca vou pagar por MP3, ainda mais 160kbps, então paguei £0 mesmo e se eu gostar muito, posso até comprar o cd quando sair (acho que em janeiro).</p>	

Figura 12 - fórum do RYM