



## A música popular massiva, o *mainstream* e o *underground* trajetórias e caminhos da música na cultura midiática<sup>1</sup>

Autores: Jorge Cardoso Filho<sup>2</sup> / Jeder Janotti Júnior<sup>3</sup>

### Resumo

O artigo discute as configurações que caracterizariam a produção musical contemporânea a partir de sua dimensão plástica e midiática destacando, assim, a força das estratégias empregadas pela indústria fonográfica no processo de produção/circulação das canções e o papel que essas expressões culturais exercem no tecido social. Desse modo, apresentamos uma definição para a expressão "música popular massiva" a fim de estabelecer parâmetros de compreensão para a música no estágio atual da cultura midiática.

### Palavras-chave

Música Popular Massiva, Condições de Produção e Reconhecimento, consumo  
**Corpo do trabalho**

### 1. Apresentação

Este artigo se propõe discutir os aspectos midiáticos da chamada música popular massiva a partir da investigação do modo como às expressões musicais surgidas no século XX se valeram do aparato midiático contemporâneo. Ou seja, técnicas de produção, armazenamento e circulação que tanto em suas condições de produção como em suas condições de reconhecimento, são fundamentais no processo de produção de sentido musical. Entendemos por condições de produção e reconhecimento as determinações de natureza social que restringem a confecção e a recepção de um determinado tipo de discurso que “gerados sobre condições determinadas, que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Teorias da Comunicação, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), bolsista CNPq e integrante do grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva. [jcunha@ufba.br](mailto:jcunha@ufba.br)

<sup>3</sup> Professor e coordenador do grupo de pesquisa Mídia & Música Popular Massiva no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). [jeder@ufba.br](mailto:jeder@ufba.br)



produzem seus efeitos sobre condições também determinadas é entre esses dois conjuntos de condições que circulam os discursos sociais” (VERON, 1996, pp. 127).

É necessário esclarecer, então, o que compreendemos por música popular massiva. De início, consideramos importante ressaltar que os estudos brasileiros e franceses observam uma distinção entre cultura popular (de feições folclóricas ou nativistas) e cultura pop (popular midiática) que nem sempre é acompanhada pelos estudos culturais de língua inglesa. Mas apesar de relevante, a distinção entre 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, acarreta algumas dificuldades, tendo em vista que também é popular o ato de comentar, ouvir e valorar o universo pop. Mas vale ressaltar que a cultura pop também é relacionada, em terras brasileiras, aos fenômenos que colocam em destaque a comunicação gerada pelos conglomerados multimidiáticos no pós-guerra. Assim é possível se referir à Música Popular Brasileira como uma manifestação ligada tanto às composições urbanas que utilizam as raízes musicais brasileiras, como às manifestações musicais de feições estritamente regionais. Mas, na hora de se referir ao Rock, com feições locais, produzido no país, em geral se utiliza a referência Pop Rock, ao passo que, entre os roqueiros, o termo pop é em geral reservado às manifestações musicais que seguem formatos já testados e que obtiveram sucesso. É possível perceber que essas classificações obedecem a um emaranhado de posicionamentos e visões de mundo e que, para compreender melhor essas fronteiras e seus desdobramentos, se faz necessário um entendimento do surgimento dos dispositivos tecnológicos e culturais de reprodução musical surgidas a partir do século vinte.

## **2. Mídia e Música: algumas relações**

Em termos midiáticos, pode-se relacionar 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. Sabe-se, por exemplo, que o aumento do consumo da música por uma parcela da população que não possui conhecimento da notação musical está diretamente ligado ao aparecimento dos primeiros aparelhos de reprodução sonora: o gramofone, o fonógrafo, o rádio e o toca-disco, e que por outro lado, a popularização de expressões musicais, como o Rock a partir da década de cinquenta, está ligada não só



a indústria fonográfica, bem como à televisão e ao cinema. É preciso reconhecer então, que a expressão música popular massiva refere-se, em geral, a um repertório compartilhado<sup>4</sup> mundialmente e intimamente ligado à produção, à circulação e ao consumo das músicas conectadas à indústria fonográfica. Esse adendo permite a compreensão de que apesar de popular, a música massiva, pelo menos em sentido estrito, passa pelas condições de produção e reconhecimento inscritas nas indústrias culturais.

O sociólogo Simon Frith (1996) apresenta três fases históricas a partir das quais aqueles processos de produção, circulação e consumo da música se organizaram majoritariamente: o estágio *folk*, no qual a música é produzida e armazenada através do corpo (humano ou dos instrumentos) e executada mediante performances, estágio fundamental para a chamada música popular. O estágio *artístico*, no qual a música pode ser armazenada através das notações e partituras (que concede uma produção e existência ideais à obra) e caracteriza as peças da música erudita. E, finalmente, um estágio *pop*, no qual a música é produzida mediante um diálogo com a indústria fonográfica, armazenada em fonogramas e executada mecanicamente ou eletronicamente para o consumo de um público extremamente amplo. Esses estágios indicam não apenas sistemas de produção, circulação e consumo diferenciados, mas também transformações na própria experiência material e social da música.

É perceptível que Frith insinua uma certa evolução nesses estágios, valorizando o estágio *pop* em detrimento do artístico e este em detrimento ao *folk*, mas pretendemos chamar atenção para o fato de que um estágio não precisa, necessariamente, substituir o outro. Eles podem, inclusive coexistir dentro de lógicas segmentadas construídas pela própria indústria fonográfica para orientar o consumo de ouvintes que preferem produtos com sonoridades mais *folk* ou outros de audição mais erudita, o que indica que embora marcas desses estágios ainda estejam disponíveis em produtos contemporâneos, uma outra camada de mediação se insere sobre eles. É importante, também, observar que tanto nos estágios *folk* quanto artístico há uma relação muito estreita entre produtores e consumidores. Enquanto em uma delas a aproximação se relaciona com o fato da co-presença no ato da execução musical, o que faz do evento uma espécie de ritual coletivo partilhado e interativo, na outra essa aproximação ocorre pelo

---

<sup>4</sup> Esta idéia é devedora dos comentários e sugestões apresentadas pela professora Silvia Borelli no XVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



conhecimento de um código comum que é partilhado pelos apreciadores de música (as notações musicais) dispostos a contemplarem de maneira atenta o desenvolvimento da peça musical em execução.

Queremos apontar com isso para o fato de que a própria condição de armazenamento característica desses estágios favorece uma proximidade entre produtores e consumidores, afinal, mesmo que a música esteja cifrada numa partitura é necessário que alguém a execute para que os sons produzam seu sentido. Essa aproximação não caracteriza as manifestações expressivas que se encontram no estágio *pop*. Produtores e consumidores se encontram muito distantes no ato de execução da canção e por esse mesmo motivo a mídia desenvolve estratégias particulares para a construção do sentido de identidade dos ouvintes com a música. Chamamos atenção particular para esse aspecto por ele se constituir como uma das questões fundamentais para uma *análise midiática*<sup>5</sup> da música popular massiva.

Uma das principais estratégias de articulação dos aspectos plásticos e midiáticos se configura na idéia de álbum. Este é um produto musical com mais de quarenta minutos que possui uma ligação entre suas diversas faixas, é composto por capa e encarte e apresenta-se como uma espécie de obra musical. O surgimento desse suporte está diretamente relacionada ao Long-Play, um disco de vinil, de 12 polegadas, com 33 1/3 rotações por minuto que permitia aumentar a quantidade de dados armazenados, alterando assim parte das relações de consumo com a música popular massiva. Segundo Marchi: “(...) o LP passa a ser consumido como livros, ou seja, um suporte fechado passível de coleção em discotecas privadas – com o status de objeto cultural, afinal julga-se a cultura musical de uma pessoa pela discoteca que possui” (2005, p.13). Hoje, pode-se perceber que tocadores de MP3 como o *Ipod*<sup>6</sup> e o armazenamento da música nos computadores pessoais já permitem questionar a idéia de uma biblioteca musical em sentido tradicional.

Assim é possível notar que a noção de canção popular massiva está diretamente ligada aos encontros entre a cultura popular e os artefatos midiáticos. Inicialmente canção se refere a capacidade humana de transformar uma série de conteúdos culturais

---

<sup>5</sup> Procedimento interpretativo através do qual os aspectos plásticos e midiáticos da canção são analisados de maneira inter-relacionada.

<sup>6</sup> Drive portátil desenvolvido pela Apple e que se tornou referência do consumo de música no arquivo MP3, que é um processo de compreensão de arquivo, MPEG-1 Layer, que permite tanto a troca e cópia de música sem a necessidade de um CD, como sua circulação na Internet através dos computadores pessoais.



em peças que configuram letra e melodia. Segundo o pesquisador da canção brasileira Luiz Tatit (2005), o surgimento do primeiro gênero da canção popular brasileira, o samba, está diretamente relacionado ao aparecimento do gramofone, já que foram as primeiras gravações que colocaram a necessidade de repetição da letra, de uma estruturação precisa da peça musical e o reconhecimento da importância de autores e/ou intérpretes destas peças musicais:

*Iniciava-se, assim, a era dos cancionistas, os bambas da canção, que se mantinham afinados com o progresso tecnológico, a moda, o Mercado e o gosto imediato dos ouvintes. Nascia também uma noção estética que não podia ser dissociada do entretenimento (TATIT, 2004, pp. 40).*

A regularidade rítmica e melódica favoreceu o aparecimento de peças musicais que privilegiavam o refrão e os temas recorrentes. O refrão, elemento básico da canção popular massiva, pode ser definido como um modelo melódico de fácil assimilação que tem como objetivos principais sua memorização por parte do ouvinte e a participação (“cantar junto”) do receptor no ato de audição. Isso sem falar da repetição constante que caracteriza a circulação da música popular massiva, desde da tecla *repeat* dos tocadores de CDs e Mp3s, até a espiral repetitiva que caracteriza as programações das rádios e das TVs especializadas em videoclipes. A configuração da canção em seus aspectos midiáticos está atrelada à própria capacidade de armazenamento dos primeiros IPs de 48 rotações por minuto, que só reproduziam canções de no máximo 3 minutos, padrão que acabou servindo de referência para as rádios e os ouvintes mesmo após a ampliação da capacidade de armazenamento dos artefatos midiáticos.

Assim, pode-se pensar que, já em meados do século XIX, a maioria da produção e publicação musical encontrava-se nas mãos de promotores, editores comerciais, gerentes de teatro e casas de shows. A essa altura ainda não se vislumbrava a força que emergia a partir da articulação da música com as divulgações midiáticas surgidas com o desenvolvimento acelerado dos novos meios de comunicação. Segundo Middleton pode-se afirmar que:

*Música popular (ou como seja chamada) somente pode ser adequadamente examinada dentro do contexto de todo campo musical, dentro de uma tendência ativa; e nesse campo, junto a suas relações internas - ela nunca é imóvel - a música está sempre em movimento (MIDDLETON, 1990, pp. 07).*

Nos idos de 1920, o mundo já estava envolvido por um aparato centralizador de publicação musical, pela sonoridade dos gramofones - então dominados pelas empresas *Victor/EUA* e *Gramophone/Inglaterra* - e pelo aparecimento do rádio, que iria modificar radicalmente as relações entre as atividades do dia-a-dia e a música. Nessa



época, já era possível pensar em um cotidiano cercado pelas notas musicais presentes nos novos dispositivos de comunicação. As inovações eletrônicas reconfiguraram os próprios parâmetros da música popular. Como apontou Walter Benjamin no artigo “*A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*” (1936) as noções de autoria, reprodução e unicidade deveriam ser repensadas a partir dessas inovações.

De uma forma geral é aqui que se inicia a configuração do que viria a ser considerado pop, ou seja, à parte da cadeia musical midiática em que os aspectos comerciais são melhores evidenciados, cujo ponto de partida é o esforço para atingir o maior número possível de ouvintes. A música pop desenvolve-se através da divulgação via cinema, rádio, TV, computador, etc; apoiando-se em modelos de divulgação em que até as divisões entre gêneros musicais tendem a ser embotados. Nessa direção, pode-se perceber como é possível falar de música pop tanto para se referir ao consumo indiscriminado de qualquer música, quanto para aludir aos gêneros musicais que colocam em relevo os aspectos homogeneizantes da cadeia midiática.

O entrelaçamento das inovações tecnológicas às práticas cotidianas é fundamental para o entendimento da cultura pop, como, aliás, para o de qualquer manifestação cultural. A estrutura de produção/circulação/consumo das cadeias midiáticas agrega os músicos, os distribuidores, a audiência e os críticos. Assim, os dispositivos midiáticos englobam as pessoas que criam e interpretam a música, as mídias e os locais de apresentação, os distribuidores, sejam comerciantes, promotores de shows ou divulgadores; os críticos que buscam padrões para avaliação das canções, e a audiência, que varia desde consumidores ocasionais até colecionadores. É no desdobramento desse cenário durante o pós-guerra que surge a música que marcou profundamente o século XX: o Rock e acabou forjando a idéia de música pop.

Uma das primeiras mudanças tecnológicas que contribuíram para o crescimento da música jovem foi a criação de rádios e toca-discos portáteis. Nos EUA, os grandes rádios-fonógrafos custavam cerca de US\$ 250,00. Mas com a entrada no mercado de rádios e toca-discos acessíveis, uma radiola de plástico era vendida por cerca de US\$ 13,00. Houve uma total reconfiguração do acesso a esses bens. Até então, um aparelho de som era um investimento familiar, com a chegada dos aparelhos pequenos, que se multiplicaram pelas casas e serviram inclusive para demarcar espaços como os quartos dos adolescentes, que agora podiam ouvir um tipo de música diferenciada dos gostos das salas de estar.



Nesse período, existia uma batalha (entre as companhias RCA e CBS) que dividiu o mercado dos discos de vinil em dois segmentos: de um lado, o *long play* (LP), introduzido pela CBS, que permitia a gravação de peças eruditas em um só disco; de outro lado, o disco de 45 rotações por minuto da RCA, que oferecia possibilidades mais acessíveis economicamente. O disco de 45 rpm acabou criando a indústria dos *singles*, canções de, no máximo, 3 minutos, que ocupavam um só lado do disco. Seguindo as estratégias mercadológicas dos conglomerados multimidiáticos, a RCA colocou à disposição dos consumidores todo seu time de artistas em 45 rpm; desde cantores populares como Tony Martin até mestres do jazz como Dizzy Gillespie.

Ao mesmo tempo em que os *singles* se multiplicavam, começaram a aparecer os primeiros programas radiofônicos de Rock, comandados por *disk jockeys* (Djs), 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. Os Djs eram verdadeiros vendedores de discos e mestres de cerimônias. Os Djs locais passaram a ser celebridades; afinal, eles davam aos programas regionais características e acentos que se contrapunham aos anúncios impessoais veiculados nacionalmente. Nesse momento, já era possível perceber que os jovens compravam uma grande quantidade de discos e eram profundos conhecedores de detalhes da vida e das carreiras de seus ídolos. Então, os Djs passam a tentar identificar sua audiência e direcionar a música certa para seu público. Basicamente, os programas de Djs eram dedicados ao público juvenil e tocavam *singles*, foi a partir desse contexto que surgiram os programas *Top 10* e *Top 40*, conhecidos hoje como as dez mais da programação ou as preferidas do público. Os *singles* tornaram-se uma das bases de sustentação da música pop; eles facilitaram o consumo e organizaram um tipo de execução característica da música jovem. Logo, as gravadoras começaram a perceber o potencial desses programas e deram início a um jogo de sedução com os Djs: seria o princípio daquilo que é conhecido no Brasil como *jabá* - uma quantia paga ao Dj em dinheiro ou mercadoria para que eles executem exaustivamente um determinado número musical.

É interessante notar que a mistura de colecionador, crítico e mestre de cerimônias, representadas pelos antigos Djs, sobrevive em alguns apresentadores de programas especializados e de gêneros musicais cujas estratégias de identificação são empregadas para um consumo segmentado. Nesse sentido, pretendemos destacar como essas



estratégias de identificação podem ser construídas de modo a conferir sentidos diferenciados às canções e aos produtos midiáticos. Essa hipótese fundamenta-se na afirmação segundo a qual “se as condições produtivas associadas a um determinado nível de pertinência variam, os discursos também, em alguma parte, variam” (VERON, 1996, pp. 138) e permite uma investigação sobre os constrangimentos e diálogos que se estabelecem entre a indústria fonográfica e as gramáticas de produção e reconhecimento<sup>7</sup> do campo musical.

### **3. *Mainstream* e *Underground* como estratégias de consumo**

Anteriormente, destacamos o fato de ser possível falar de música popular massiva tanto para se referir ao consumo indiscriminado de qualquer música, quanto para aludir aos gêneros musicais que colocam em relevo os aspectos homogeneizantes da cadeia midiática a fim de se contrapor ao modelo. Essa distinção se estabelece, fundamentalmente, a partir da estratégia desenvolvida pelas próprias indústrias culturais de amplo consumo ou de consumo segmentado. Ou seja, de confecção de produtos cujas condições e gramáticas de produção e reconhecimento se vinculem ao *mainstream* ou ao *underground*.

Esses dois termos, de origem inglesa, implicam modos diferenciados de conferir valor à música. O denominado *mainstream* (que pode ser traduzido como “fluxo principal”) abriga escolhas de confecção do produto reconhecidamente eficientes, dialogando com elementos de obras consagradas e com sucesso relativamente garantido. Ele também implica uma circulação associada à outros meios de comunicação de massa, como a TV (através de videocliques), o cinema (as trilhas sonoras) ou mesmo a Internet (recursos de imagem, *plug ins* e *wallpapers*). Conseqüentemente, o repertório necessário para o consumo de produtos *mainstream* está disponível de maneira ampla aos ouvintes e a dimensão plástica da canção apresenta uma variedade definida, em boa medida, pelas indústrias do entretenimento e desse repertório. As condições de produção e reconhecimento desses produtos são bem diferenciadas, fator que explica o processo de circulação em dimensão ampla e não segmentada.

O *underground*, por outro lado, segue um conjunto de princípios de confecção de produto que requer um repertório mais delimitado para o consumo. Os produtos “subterrâneos” possuem uma organização de produção e circulação particulares e se

---

<sup>7</sup> A relação que se estabelece entre o discurso e suas condições de produção e reconhecimento é regulada pelas gramáticas de produção e reconhecimento, uma espécie de sistema relacional que normatiza a confecção dos materiais significantes.





firmam, quase invariavelmente, a partir da negação do seu “outro” (o *mainstream*). Trata-se de um posicionamento valorativo oposicional no qual o positivo corresponde a uma partilha segmentada, que se contrapõe ao amplo consumo. Um produto *underground* é quase sempre definido como “obra autêntica”, “longe do esquemão”, “produto não-comercial”. Sua circulação está associada a pequenos fanzines, divulgação alternativa, gravadoras independentes etc. e o agenciamento plástico das canções seguem princípios diferentes dos padrões do *mainstream*. Essa relativa proximidade entre condições de produção e reconhecimento implica um processo de circulação que privilegia o consumo segmentado.

Esse fator serve para demonstrar como na música popular massiva há uma tensão entre o sistema de produção/circulação das grandes companhias musicais (*mainstream*) e sua contrapartida, o consumo segmentado (*underground*) que acaba sendo uma espécie de espaço mítico na trajetória de expressões musicais como o Rock e a MPB. Apesar de atrelado às estratégias e lógicas do mercado, no imaginário dos fãs, críticos e colecionadores, suas canções são criativas e calcadas na “autenticidade”, enquanto a música *mainstream*, possui fórmulas prontas e adequadas aos ditames do mercado cultural. De acordo com Grossberg, “cooptação é o resultado de uma recontextualização do afeto, uma reestruturação das alianças afetivas que afetam e circundam a música” (1997, pp. 60). Por exemplo, roqueiros ou fãs de samba, em geral se valem da música dita “cooptada” como um recorte das diferenças e da afirmação de sua socialidade. É um constante reordenamento das fronteiras e do que é importante na cartografia da música popular massiva. Por isso, a idéia de cooptação, e sua contrapartida a autenticidade, não pode se valer somente de aspectos históricos, ela depende de uma rede de relações e valorações. Só para citar um exemplo, o rock inglês da década de oitenta (como *The Smiths* e *The Police*) foi importante influência na formação das bandas de rock brasileiras da década de oitenta (como Legião Urbana e Paralamas do Sucesso), mas foi considerada “música pop” por parte dos fãs de Heavy Metal que na mesma época construíam uma cena de rock pesado local, que respondia a outros modos de valorar a música popular massiva.

Mas então, o que nos permite falar de *underground* e *mainstream* como estratégias de consumo construídas pelas indústrias culturais? A sua natureza dependente das formas de armazenamento e distribuição midiática. Mesmo um gênero musical de circulação segmentada, como o Heavy Metal ou a música eletrônica, vai



empregar estratégias de configuração midiática similares aos empregados num gênero musical *mainstream* como a música popular urbana e embora esses subgêneros não circulem no cinema hollywoodiano e na TV aberta, ele certamente é impulsionado pelos webzines de Heavy Metal ou pelas comunidades de ouvintes de música eletrônica na Internet. O fator que permite uma diferenciação mais clara de ambos é o grau de distanciamento entre condições de produção e reconhecimento identificados no produto, pois uma boa parcela do que é chamado independente ou *underground* no terreno musical está diretamente relacionado a uma aproximação entre suas condições de produção e reconhecimento, ao passo que o *mainstream* se caracteriza por possuir uma exacerbada distância entre essas condições. Não obstante essa diferenciação, tanto *underground* quanto *mainstream* são estratégias de posicionamento frente ao mercado fonográfico e ao público.

À distância entre esses dois pólos varia de acordo com os diferentes processos de produção presentes na indústria fonográfica, o que permite compreender, por exemplo, porque algumas bandas e intérpretes são reconhecidos como roqueiros ou autênticos antes de serem contratados por uma grande gravadora, mesmo que em seus lançamentos por essas gravadoras a sonoridade não sofra grandes alterações. Estarem à margem das pressões homogeneizantes das indústrias culturais torna-se uma marca de identificação das expressões musicais com a ideologia de audição do *underground*, uma ideologia partilhada por todos os ouvintes desse tipo de música. Ratificando essa afirmação, Solomon (2005), caracteriza o *underground* como uma competência empregada para negociar prestígio e reconhecimento entre determinados grupos.

A título de exemplo, apresentamos dois casos intrigantes: o primeiro é o da banda norte-americana *Metallica*, uma das bandas mais expressivas do *Thrash Metal* durante a década de 80 e que até hoje possui alto índice de circulação na indústria fonográfica. Durante o começo da carreira, a banda adotou uma postura artística e política condizente com a estratégia do *underground*. Roupas, composições, declarações à imprensa e o próprio selo de distribuição dos álbuns, o *Vertigo*, faziam da banda uma das mais representativas do gênero musical Heavy Metal. Contudo, quando a banda assinou com uma *major*<sup>8</sup> e passou a empregar estratégias de consumo menos associadas ao *underground* o antigo público repudiou a produção afirmando que o *Metallica* havia

---

<sup>8</sup> Grandes gravadoras do mercado fonográfico que exercem uma espécie de hegemonia na produção e distribuição dos produtos musicais.



se tornado uma “banda comercial”. Ou seja, o distanciamento obtido a partir da manipulação das condições de produção e reconhecimento se constituiu como fator fundamental na caracterização da “música independente”. A circulação é justamente o espaço diferencial entre os traços presentes como condições de produção e reconhecimento.

O segundo caso é o da banda nacional Los Hermanos, que embora circule pelos espaços da grande produção fonográfica tem uma valoração sempre positiva no que diz respeito a sua imagem e identidade por se manterem fiéis a chamada “boa música brasileira”, resgatando influências nacionais e manifestando publicamente descontentamento com a postura de outras bandas – antológica ocasião na qual um dos integrantes da banda foi agredido pelo vocalista da banda Charlie Brown Jr., por ter criticado uma propaganda feita para a Coca-Cola.

É possível então, lembrar que “(...) na construção de um autor de texto para a música popular massiva se fundem algumas combinações da voz, do corpo, da imagem e de detalhes biográficos” (BRACKETT, 1995:2). Não por acaso os atos performáticos da música popular massiva estão diretamente conectados ao universo dos gêneros. Ser um astro do cenário *heavy metal* ou da música axé pressupõe relações com a audiência que seguem as especificidades midiáticas e textuais dessas expressões musicais. Do mesmo modo que uma canção é ao mesmo tempo a música e sua respectiva performance, a audiência não consome somente as sonoridades, mas também a performance virtual inscrita nos gêneros midiáticos.

Nesse sentido, acredita-se que abordar os fenômenos musicais como manifestações midiáticas é perceber como a comunicação da expressão musical, a canção, é estruturada, mas não só em seus aspectos plásticos, como também em sua configuração midiática, uma vez que os limites que parecem separar aquilo que é considerado pop da música dita “autêntica” é, em muitos casos, uma questão de estratégias de produção e circulação. Ora, a distinção entre os dois processos é essencial para a compreensão do que vem a ser denominado, nesse artigo, de música popular massiva.

É importante ressaltar que a articulação produção e reconhecimento aqui abordada implica a identificação de estratégias empregadas nesses processos de feitura, apropriação e circulação dos objetos culturais. Assim, as práticas musicais implicam o reconhecimento dos meios de comunicação como dispositivos tecnológicos de



configurações de mensagens, ligados a determinadas condições de produção e de reconhecimento dessas mensagens. Música popular massiva está diretamente ligado ao formato canção e ao seu desenvolvimento a partir dos aparelhos midiáticos, já música pop pressupõe uma série de valores, ligados às especificidades das condições de produção e reconhecimento das chamadas grandes gravadoras e de uma certa “acessibilidade” das temáticas e das sonoridades presentes em determinadas canções. Estudar essas diferentes formas de valoração e circulação da canção popular massiva é uma forma de perceber como grande parte de nossas práticas culturais está diretamente vinculada à configuração midiática de determinados objetos em seus aspectos plásticos e comerciais.

#### **4. Conclusões**

A música que consumimos na cultura contemporânea, como demonstramos, está indissociavelmente atrelada às redes midiáticas de produção de sentido. Seja uma forma específica como a canção, que se consolida no início do século XX, após as tecnologias de gravação e circulação, ou outras que permitem um tensionamento com esse modelo (como parece o caso da música eletrônica ou mesmo o Rap) devem ser identificadas a partir de suas configurações midiáticas – e isso legitima sua caracterização como música popular massiva.

A partir dessas configurações, identificamos duas estratégias primordiais de consumo da canção que asseguram um determinado público para aqueles produtos; uma estratégia de consumo amplo (*mainstream*) e uma de consumo segmentado (*underground*). Cada uma delas implica modos diferenciados de conferir valor a música e ideologias de audição específica que contribuem para o sentido final da canção. Nossa expectativa é que essas reflexões contribuam para o desenvolvimento de uma metodologia de análise que privilegie as configurações midiáticas dos produtos da música popular massiva (como álbuns, videoclipes e canções) e para a compreensão que os estudos sobre música oriundos do campo da Comunicação devem articular elementos plásticos e midiáticos na investigação sobre o sentido dos produtos culturais contemporâneos.



## Referências bibliográficas

- BENNETT, Andy. **Popular Music and Youth Culture: music, identity and place**. London:McMillian Press,2000.
- BRACKETT, David. **Interpreting Popular Music**. Berkeley/Los Angeles/London : University of California Press, 1995.
- CARDOSO FILHO, Jorge. Afeto na análise dos grupamentos musicais. **Revista Eco Pós**. Rio de Janeiro, v. 07, n. 02, p. 111-119, 2004.
- DIAS, Márcia Tosta. **Os Donos da Voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura**. São Paulo, Boitempo Editorial, 2000.
- FRAGA, Danilo. A Dança Invisível: sugestões para se tratar da performance nos meios auditivos. **Anais do XXVIII Intercom**, UERJ- Rio de Janeiro, 2005.
- FRITH, Simon. **Performing Rites: on the value of popular music**.Cambridge/Massachusett: Havard University Press, 1996.
- FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew (org.). **On Record: rock, pop & the new written world**. London: Routledge, 1990.
- FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John. **The Cambridge Companion to Pop and Rock**. Endinburgh: Cambridge university Press, 2001.
- GROSSBERG, Lawrence. **Dancing in Spite of Myself: essays on popular culture**. Durham/London: Duke Univerrssity Press, 1997.
- JANOTTI JÚNIOR, Jeder. **Aumenta que isso aí é rock and roll: mídia, gênero musical e identidade**. Rio de Janeiro: E-papers, 2003a.
- \_\_\_\_\_. À Procura da Batida Perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. **Revista Eco-Pós**. Rio de Janeiro, volume 06, n.02, 2003b, p. 31-46.
- \_\_\_\_\_. **Heavy Metal com Dendê: música e mídia em tempos de globalização**. Rio de Janeiro, E-papers, 2004.
- MARCHI, Leonardo di. A Angústia do Formato: uma história dos formatos fonográficos. **E-Compós**, número 2, julho/2004. Acesso em 01/04/2005.
- MIDDLETON, Richard. **Studying Popular Music**. Philadelphia: Open University Press, 1990.
- NAPOLITANO, Marcos. **História & Música**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.
- SHUKER, Roy. **Understanding Popular Music**. London/New York: Routledge,1994.
- \_\_\_\_\_. **Vocabulário de Música Pop**. São Paulo: Hedra, 1999.
- SOLOMON, Thomas. “Living underground is tough”: authenticity and locality in the hip-hop community in Istanbul, Turkey. **Popular Music**. 2005, volume 04, n. 01, pp. 01 – 20.
- STRAW, Will. **Systems of Articulation, Logics of Change: communities and scenes in popular music**. Cultural Studies. London: Routledge, v. 5, n. 3, p. 361-375, oct. 1991.
- \_\_\_\_\_. **Characterizing Rock Music Culture: The Case of Heavy Metal**. In: DURRING, Simon (ed.). **The Cultural Studies Reader**. London: Routledge, 1993. p. 368-381.
- TATIT, Luiz. **Musicando a Semiótica**. São Paulo: Annablume, 1997.
- \_\_\_\_\_. **Semiótica da Canção: melodia e letra**. São Paulo: Escuta, 1999.
- VALENTE, Heloísa. **As Vozes da Canção na Mídia**. São Paulo: Via Lettera, 2003.
- VERÓN, Eliseo. **La Semiosis Social: fragmentos de una teoría de la discursividade**. **Barcelona: Gedisa Editorial, 1996**.

