



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS**  
**PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM**  
**CULTURA E SOCIEDADE**

***RENOVAÇÃO MUSICAL DA CENA ALTERNATIVA BAIANA: AS  
ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DOS GRUPOS BAIANASYSTEM,  
CASCADURA E OPANIJÉ NAS REDES SOCIAIS (2010-2013).***

**por**

**LARISSA RIBEIRO REIS**

**Orientador: Prof. Dr. MESSIAS GUIMARÃES BANDEIRA**

**SALVADOR,**

**2018.**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS PROF. MILTON SANTOS  
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
CULTURA E SOCIEDADE**

***RENOVAÇÃO MUSICAL DA CENA ALTERNATIVA BAIANA: AS  
ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DOS GRUPOS BAIANASYSTEM,  
CASCADURA E OPANIJÉ NAS REDES SOCIAIS (2010-2013).***

**por**

**LARISSA RIBEIRO REIS**

**Orientador: Prof. Dr. MESSIAS GUIMARÃES BANDEIRA**

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre.

**SALVADOR,**

**2018.**

Ficha catalográfica elaborada por Valdineia Veloso CRB 5/1092

R375 Reis, Larissa Ribeiro  
Renovação musical da cena alternativa baiana: as estratégias de comunicação dos grupos Baiana System, Cascadura e Opanijé nas redes sociais (2010-2013) / Larissa Ribeiro Reis. - Salvador: 2018

115f. il.; tab.; fig.; graf.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação em Cultura e Sociedade, Instituto de Artes e Humanidades, Universidade Federal da Bahia, 2018

Orientador: Prof. Dr. Messias Guimarães Bandeira

1. Música Pop 2. Cultura digital 3. Redes sociais I. Bandeira, Messias Guimarães II. Título III. Universidade Federal da Bahia

CDD 306



**Universidade Federal da Bahia**

Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos



**Ata da Reunião da Apresentação Oral da Dissertação de LARISSA RIBEIRO REIS**

**Intitulada: “Renovação musical da cena alternativa baiana: as estratégias de comunicação dos grupos Baiana System, Cascadura e Opanijé nas redes sociais (2010-2013)”.**

Aos 17 (dezesete) dias do mês de agosto de dois mil e dezoito, no IHAC - Instituto de Humanidades, Artes e Ciências da Universidade Federal da Bahia, foi instalada a Banca Examinadora da Apresentação da dissertação intitulada: **“Renovação musical da cena alternativa baiana: as estratégias de comunicação dos grupos Baiana System, Cascadura e Opanijé nas redes sociais (2010-2013)”**. Após a abertura da sessão, foi composta a Banca Examinadora formada pelos professores: **Prof.(a) Dr.(a) Messias Guimarães Bandeira**—Orientador(a) - e pelo(a) examinador(a) externo(a): **Prof.(a) Dr.(a) Tatiana Rodrigues Lima** e interno(a) do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade: **Prof.(a) Dr.(a) Renata Pitombo Cidreira**. Conforme o Regimento Interno do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade foi dado o prazo de trinta minutos para que o/a mestrando/a fizesse a exposição do seu trabalho e trinta minutos para que os membros da Banca realizassem a arguição. Primeiro falou o/a avaliador (a) externo/a **Prof.(a) Dr.(a) Tatiana Rodrigues Lima**. Após o/a examinador(a) externo(a), fez suas arguições o/a **Prof.(a) Dr.(a) Renata Pitombo Cidreira**, avaliador(a) interna/o. Depois que os membros da Banca falaram, foi dado um prazo de trinta minutos para que o/a mestrando/a fizesse a sua réplica. Concluída a exposição, arguição e réplica, a Banca Examinadora se reuniu e considerou a dissertação de como **LARISSA RIBEIRO REIS** APROVADA. Nada mais havendo a tratar, eu, **Prof.(a) Dr.(a) Messias Guimarães Bandeira** lavrei a presente ata que será por mim assinada, pelos demais membros da Banca e pelo/a mestrando/a. Salvador, 17 de agosto de 2018.

Prof.(a) Dr.(a) Messias Guimarães Bandeira \_\_\_\_\_

Prof.(a) Dr.(a) Tatiana Rodrigues Lima \_\_\_\_\_

Prof.(a) Dr.(a) Renata Pitombo Cidreira \_\_\_\_\_

Mestrando(a) LARISSA RIBEIRO REIS \_\_\_\_\_

**Para Ademir e Emilia.**

### **Agradecimentos**

Aos meus pais, por todo amor e dedicação.

À minha mãe Emilia por ter me apresentado ao mundo acadêmico nas cadeiras do ICI e ao disco de Gal 1969.

Ao meu pai Ademir, pelo violão e gosto pela música e pelas palavras. Por Caetano, John e Paul.

À tia Glorinha, vó Maria, tio Nilo e vô Severo (in memoria).

Às tias, primos e primas tão presentes.

Às amigas e aos amigos queridos, em especial, à Ive, Carol, Clarice, Dimi e Sads, pelo carinho, pela companhia e momentos felizes nesse processo tão importante e intenso.

Ao Professor Messias por ter aceito o convite de orientação, pelo incentivo, tempo e conhecimento compartilhados. Ao Professor Eduardo Andrade pela confiança na primeira oportunidade de docência e ao Professor Marcello Chamusca por continuar acreditando no meu trabalho na UCSal.

Às professoras Renata Pitombo e Tatiana Lima, pelo tempo cedido à banca e pelas importantes contribuições.

À Wanderley Gomes e aos colegas da Bahia Comunicação, pela compreensão e apoio diários.

Ao Prof. Menezes e à Vavá Filho pela amizade e primeiro contato com o mundo da pesquisa.

## RESUMO

Este trabalho de investigação se dedica a um panorama da cena musical alternativa de Salvador, na Bahia, a partir da segunda década dos anos 2000. Neste recorte são discutidos aspectos referentes a música, socialidade, representação, distinção e cultura digital na cena musical alternativa de Salvador com base nas estratégias de comunicação e mercado dos grupos BaianaSystem, Cascadura e Opanijé através dos *sites* de redes sociais. A pesquisa visa a detectar os novos padrões de comportamento e a dinâmica desta cena, a partir da compreensão dos artistas e sua atuação, como influenciadores, na produção e difusão de informação sobre um tipo de música que é reflexo do cenário cultural transversalizado, que ganha visibilidade por estar em congruência com o conjunto de valores da contemporaneidade. Para isto, analisamos as formas de interação com os diversos atores e a criação de laços mediados pela tecnologia enfatizando a formação do capital social, da proximidade e dos afetos conforme discutido na noção de neotribos colocada pela obra de Michel Maffesoli (1998). Com base nas entrevistas e análise dos posts dos grupos em suas redes sociais foram criadas categorias que apontaram indicativos de que as mudanças de comportamento da cena musical local acompanharam transformações de questões culturais, econômicas, políticas, tecnológicas e teve os músicos como principais influenciadores. O estudo permitiu também justificar a relevância do período do recorte para a música local.

Palavras-chave: música pop; culturas digitais; Salvador; cena alternativa, redes sociais, identificação.

## ABSTRACT

This investigative study is focused on Salvador's alternative musical scenario, analyzing this panorama in the capital city of state of Bahia from the second decade in the second millennium. The discussion will be based on elements related to music, society, representation, distinction and digital culture Salvador's musical scenario with communication and marketing strategies adopted by bands like BaianaSystem, Cascadura and Opanijé in social media websites. The research aims to detect new behavior patterns and the dynamics involved in this scenario by understanding the artists and their actions as influencers, and in the production and spreading of information about a music type that reflects a transversalized cultural scenario, which gains in visibility by being in congruence with a group of contemporary values. In order to carry this research out, we analyzed interaction forms with the social actors and their bonding, which is intermediated by technology, emphasizing the formation of social capital, proxemics and affection as discussed by the notion of neotribes proposed by Michel Maffesoli (1998). Based on interviews and on analysis of posts on groups in social media websites, we could create categories that point out changes in how the local musical scenario behaves and how those changes followed transformation in cultural, economic, political and technological aspects, with the musicians as main influencers. The study also allowed the justification of the relevance of that time frame to local music.

Keywords: pop music; digital culture; Salvador; alternative scene, social media, identification.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Post Facebook BaianaSystem.....	70
Figura 2 – Post Facebook ElCabong.....	70
Figura 3 – Post Twitter Cascadura.....	71
Figura 4 – Post Facebook BaianaSystem.....	71
Figura 5 – Post Facebook Opanijé.....	71
Figura 6 – Post Facebook BaianaSystem.....	74
Figura 7 – Post Facebook BaianaSystem.....	74
Figura 8 – Post Facebook BaianaSystem.....	75
Figura 9 – Post Facebook BaianaSystem.....	75
Figura 10 – Post Facebook BaianaSystem.....	75
Figura 11 – Post Facebook BaianaSystem.....	76
Figura 12 – Post Facebook BaianaSystem.....	76
Figura 13 – Post Twitter Cascadura.....	76
Figura 14 – Post Facebook Cascadura.....	77
Figura 15 – Post Facebook Cascadura.....	77
Figura 16 – Post Facebook Cascadura.....	77
Figura 17 – Post Facebook Cascadura.....	78
Figura 18 – Post Twitter Opanijé.....	78
Figura 19 – Post Facebook Opanijé.....	78
Figura 20 – Post Facebook Opanijé.....	78
Figura 21 – Post Facebook Opanijé.....	79
Figura 22 – Post Facebook Opanijé.....	79
Figura 23 – Post Twitter Cascadura e Opanijé.....	81
Figura 24 – Post Facebook BaianaSystem.....	82
Figura 25 – Post Facebook Cascadura.....	83
Figura 26 – Post Facebook Cascadura.....	83
Figura 27 – Post Facebook Opanijé.....	83
Figura 28 – Post Facebook BaianaSystem.....	88
Figura 29 – Post Twitter.....	88
Figura 30 – Post Twitter Cascadura e Opanijé.....	89
Figura 31 – Post Facebook Cascadura.....	89

Figura 54 – Post Facebook Cascadura.....	89
--	----

### **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Dados quantitativos de postagens por bandas .....	68
--	----

Tabela 2 – Uso de veículos de comunicação por bandas .....	80
--	----

Tabela 3 – Perfis de fãs conectados por bandas .....	86
--	----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>MÚSICA, SOCIABILIDADE E A NOVA SOCIALIDADE: O SENTIR COMUM E A IDEIA DE DISTINÇÃO .....</b>	<b>16</b>
2.1	MÚSICA E REPRESENTAÇÃO SOCIAL .....	24
2.2	CENA MUSICAL ALTERNATIVA DE SALVADOR .....	27
2.2.1	<b>Nova música brasileira e nova música baiana após os anos 2000 .....</b>	<b>30</b>
2.3	OS USOS DAS REDES SOCIAIS A SERVIÇO DA MÚSICA EM SALVADOR. POR UMA CENA ALTERNATIVA MAIS CONHECIDA.....	33
<b>3</b>	<b>BAIANASYSTEM, CASCADURA E OPANIJÉ: REPRESENTAÇÕES E VOZES DA NOVA MÚSICA BAIANA NAS REDES SOCIAIS. ....</b>	<b>36</b>
3.1	O GRUPO BAIANASYSTEM E A RESSIGNIFICAÇÃO DA AXÉ MUSIC.....	39
3.2	O GRUPO CASCADURA E O ROCK BAIANO AFRODESCENDENTE.....	46
3.3	O GRUPO OPANIJÉ E O SINCRETISMO NA MÚSICA BAIANA .....	52
<b>4</b>	<b>COMUNIDADES MUSICAIS, DESENCAIXES SOCIAIS .....</b>	<b>60</b>
4.1	MÉTODO ADAPTADO PARA COLETA DE CONTEÚDO EM <i>SITES</i> DE REDES SOCIAIS.....	64
4.2	RESULTADOS DA PESQUISA E CATEGORIAS DE ANÁLISE .....	68
4.3	CATEGORIA 1: A DESCONSTRUÇÃO DE GÊNEROS PUROS.....	69
4.3.1	<b>Postagens dos perfis das bandas BaianaSystem, Cascadura e Opanijé no Facebook e Twitter.....</b>	<b>70</b>
4.4	CATEGORIA 2: ALIANÇAS COM OUTROS ARTISTAS, MARCAS, ENTIDADES E LUGARES COMO ESTRATÉGIA.....	72
4.4.1	<b>Postagens dos perfis das bandas no Facebook e Twitter .....</b>	<b>74</b>
4.5	CATEGORIA 3: O TRÂNSITO ENTRE A CENA ALTERNATIVA E <i>MAINSTREAM</i> OU CENA MAIS COMERCIAL PELOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS.....	79
4.5.1	<b>Postagens das bandas BaianaSystem, Cascadura, Opanijé no Twitter.....</b>	<b>81</b>

4.6	CATEGORIA 4: ESTRATÉGIA DE MARKETING: O ESTÍMULO AO CONSUMO DO FONOGRAMA VIRTUAL E GRATUITO.....	82
4.7	CATEGORIA 5: RETORNO DO PÚBLICO E INTERAÇÕES.....	84
4.7.1	<b>Postagens mais comentadas no Facebook e Twitter .....</b>	<b>88</b>
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>90</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>97</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>107</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa busca contribuir com a discussão do atual contexto cultural de Salvador a partir de uma leitura da cena musical alternativa da cidade, onde se destacam os grupos musicais ativos, os públicos, mas, principalmente, a relação estratégica desenvolvida entre estes dois atores (grupos e públicos) através de *sites* de redes sociais. A motivação para este trabalho partiu da experiência pessoal com o ambiente musical e cultural da cidade, que acabou conduzindo à identificação de certa demanda por mais pesquisas acadêmicas sobre as manifestações recentes da cultura popular musical, dos novos atores que a constituem, bem como das relações que se desenvolvem, sobretudo pelo contexto das redes sociais, na internet.

Duas situações, em especial, definiram os contornos deste trabalho assumido na costura de uma escrita pessoal, acadêmica e investigativa: a) a primeira se refere à observação de que só foi possível conhecer uma banda de rock local, a Cascadura (iniciada em 1992), no ano de 2005, a partir do uso então mais popularizado do formato audiofônico MP3<sup>1</sup>, além do acesso a *blogs* e vídeos na plataforma Youtube; b) a segunda se refere ao uso cotidiano das redes sociais, que permitiu o contato, de modo muito mais rápido e fácil, com o lançamento do primeiro CD da banda BaianaSystem, em 2009, difundido também pelo canal no Myspace. Deste modo, foi possível notar que o consumo dos produtos musicais locais e a imersão em um cenário cultural considerado alternativo passaram a ser mediados por novas mídias e formatos digitais, criando outras representações discursivas e imagéticas, além de outros modos interacionais.

A rápida difusão e popularidade do que foi chamado de “nova música baiana”, juntamente com o momento mais consagrado da banda Cascadura, por exemplo, possibilitaram notar que havia um investimento na conexão entre o global e local. Esta junção se expressava também em uma mistura de ritmos, sem a separação entre o rock e o afro ou entre o trio elétrico e os *sound systems* jamaicanos. Foi possível observar, também, que o que se considerava alternativo, musicalmente, se tornou moda e passou a ser criticado e ironizado pelo fato de ser classificado como exemplar *mainstream*.

A ideia central do tema da pesquisa, portanto, se colocou na observação dos meios e produtos de consumo do público que permeia a cena musical alternativa de Salvador, os perfis de mídias sociais<sup>2</sup> e redes sociais de bandas locais. A escolha dos grupos musicais

---

<sup>1</sup> Segundo o Infopédia, Dicionário de Siglas do Porto (2018), trata-se de um formato digital de áudio, MPEG-1/2, Audio Layer 3, que utiliza padrão de compressão de som que permite a redução de arquivos de áudio, armazenamento de arquivos de áudio para armazenamento e reprodução em diversos dispositivos como CDs, pendrives, plataformas online, rádios digitais. O mp3 também minimiza a perda de qualidade.

<sup>2</sup> Há uma distinção entre mídia e rede social em que a primeira é considerada o meio em si e as trocas comunicacionais e compartilhamento de mensagens de texto, imagem e vídeo. Neste conceito estão incluídos

BaianaSystem, Cascadura e Opanijé como exemplares de análise foi dada pelos seguintes critérios: a) o recorte temporal da pesquisa, que definiu os anos 2010 a 2013, como um dos períodos mais expressivos na “transversalização” ou “transculturalização” (ORTIZ, 1994; VIANNA, 1995) da cena musical alternativa de Salvador, que assumiu referências musicais para além do *rock*. Os grupos escolhidos foram considerados de maior visibilidade; b) a característica comum da inclusão de referências musicais marcadamente híbridas como, por exemplo, a música afro-baiana e os *sound systems*; c) a adoção do modelo, também comum, do lançamento principal dos discos através do formato digital e de modo gratuito, já que as estratégias de comunicação e de mercado foram desenvolvidas, prioritariamente, via *sites* de redes sociais.

Assim, a dissertação foi dividida em três capítulos. O primeiro capítulo apresenta uma discussão introdutória acerca dos conceitos fundamentais da pesquisa, tais como música, música popular, “socialidade”, sociabilidade, cibersocialidade, estudos culturais, contracultura, cibercultura, identidades e identificação, neotribalismo, pós-modernidade (BANDEIRA, 2004; HALL, 2005; HERSHMANN, 2011; LEMOS, 2010; LONGHURST, 1995; MAFFESOLI, 1998, 2012; MARTIN, 1994; MORIN, 1999; ROSZACK, 1970, SIMMEL, 2006; SHUKER, 1994, 1998, 1999) e também representação social e estilos de vida (BOURDIEU, 2007; FEATHERSTONE, 1995, GOFFMAN, 1985). Trata-se de um capítulo mais descritivo sobre a cena musical alternativa de Salvador à luz destes conceitos e noções, da indicação dos músicos e banda pertencentes a este contexto, assim como dos públicos que formam o cenário sociopolítico e cultural e as articulações da ideia de passagem de uma Nova Música Brasileira à “Nova Música Baiana” (MATOS, 2012). Outra parte complementar à discussão se refere ao uso da internet (CARDOSO; RIZZO ARAUJO; COSTA LINO, 2001; LÉVY, 1999) e, em particular, das redes sociais (BARABASI, WATTS, 2015; RECUERO, 2009), no circuito de comunicação da indústria musical e da cena alternativa de Salvador.

O segundo capítulo trata da discussão de uma “cena musical” (STRAW, 2001) e “cena musical alternativa” (CARDOSO FILHO, JANOTTI JR., 2001), que haveria no contexto da cidade de Salvador. Esta noção busca identificar, nos próprios trabalhos das bandas e no uso que fazem dos *sites* de redes sociais, quais os elementos principais que os classificariam como tal. Além disso, o texto foi elaborado com base nas entrevistas concedidas pelos grupos BaianaSystem, Cascadura e Opanijé. O primeiro depoimento traz as falas dos integrantes da banda BaianaSystem, na ocasião do evento Bahia Criativa, em 2015. O segundo depoimento

---

blogs, microblogs, wikis e as redes sociais, as quais tem o objetivo específico de facilitar as relações sociais de pessoas que compartilham interesses em comum.

foi colhido em uma conversa com o ex-baterista da banda Cascadura, Tiago Trad, em julho de 2017. Por fim, o terceiro depoimento foi registrado em um encontro com os integrantes da Opanijé, em abril de 2017. Desta forma, foi possível confirmar aspectos comuns aos três grupos e também indicar certa concordância de opiniões, apesar de conceitos musicais e visuais distintos.

O terceiro capítulo estabelece as categorias de análise seguindo a fundamentação teórica discutida nos capítulos anteriores. As postagens feitas pelas bandas BaianaSystem, Cascadura e Opanijé foram contabilizadas e analisadas entre 2010 e 2013, através do Facebook e do Twitter. As categorias temáticas foram criadas a partir de um percurso metodológico ancorado na abordagem da netnografia (KOZINETS, 2013), que enfoca as manifestações do coletivo, considerando-as uma amostragem válida de uma rede formada por 20 atores, além da análise de redes sociais (ARS) proposta por RECUERO (2016) e, finalmente, em MALINI (2016), que utiliza as teorias de Bruno Latour e Eduardo Viveiros de Castro para destacar o impacto das diversas perspectivas à discussão sobre redes.

É preciso ressaltar que o capítulo é composto por tópicos que dialogam e propõem uma articulação entre os vários aspectos identificados de modo a construir a análise. De modo resumido, o tópico intitulado “Para além dos gêneros musicais: categorização pelos grupos e por outros” revela o pensamento dos próprios músicos ao tentarem definir seus trabalhos em gêneros e conceitos, além trazerem a opinião de jornalistas, outros músicos, amigos e do público sobre as músicas e as bandas. Em “Alianças com outros artistas, marcas, entidades, lugares para compor o perfil” demonstra-se a formação de laços no intuito de amplificar o impacto dos grupos com base no capital social<sup>3</sup> obtido pelas associações, abrangência de público, ações que integram as estratégias de comunicação e mercado dos grupos que podem ser vistos também como marcas.

Já em “O trânsito entre a cena alternativa e *mainstream* ou cena mais comercial pelos veículos de comunicação nas redes sociais” buscou-se verificar como a internet potencializou a inclusão de grupos considerados alternativos em grandes veículos de comunicação e como as estratégias de comunicação e mercado de baixo custo, mais democráticas e consideradas alternativas, ganharam cada vez mais espaço na indústria musical, de modo a favorecer os grupos analisados. Como contraponto, a categoria revela a quantidade de *blogs* e *sites* menores

---

<sup>3</sup> Pierre Bourdieu (2006) conceitua o capital social como índice de distinção obtido por meio das relações sociais (familiares, amigos, associações) que se estabelecem pela solidariedade podendo levar a satisfações, benefícios materiais ou simbólicas, como o pertencimento. Segundo Recuero (2016), a maioria dos autores do campo da análise de redes sociais compactua com a ideia de que capital social representa um valor associado à estrutura social.

empenhados na propagação da música local. Aqui, há também a comprovação de que não cabe a separação total entre o considerado “alternativo” e “*mainstream*”, uma vez que ambos recorrem a estratégias de cunho mercadológico.

No tópico “Estratégia de Marketing: o estímulo ao consumo do fonograma virtual e gratuito” mostramos como os grupos utilizaram as redes sociais como ferramenta mercadológica. A divulgação do produto fonográfico foi um dos pontos de destaque, uma vez que o período do recorte foi o mesmo do lançamento e sustentação dos discos dos grupos. Pôde-se perceber como a estratégia de conteúdo esteve associada à expectativa de levar o público aos *shows* e à compra do produto físico após o contato, na íntegra, com a versão gratuita *online*, além da conversão do público em uma espécie de grupo influenciador, que compartilha e divulga, espontaneamente, o produto, ampliando, assim, o consumo.

O último tópico do capítulo de análise, “Interações e reações do público”, demonstra os modos de interação do público com os grupos, a fim de ressaltar um comportamento determinante da cena musical alternativa e que repercute em toda a indústria musical, a saber, a aproximação entre artistas e público. Os grupos percebem que a formação de público para os *shows*, por exemplo, ocorre pela compra de produtos e depende de um trabalho mais intenso de comunicação e mercado pautado em laços e afetos. Ao final do capítulo articulado por tópicos, são apresentadas as considerações resultantes da análise, bem como os indicadores de desdobramentos possíveis a partir da pesquisa.

## 2. Música, sociabilidade e a nova socialidade: o sentir comum e a ideia de distinção

É a partir do ‘local’, do território, da proximidade, que se determina a vida de nossas sociedades. E todas essas coisas se referem também, a saber, a um saber local, e não mais a uma verdade projetiva e universal. Isto exige, sem dúvida, que o intelectual saiba ‘estar’ naquilo que descreve. Significa vivenciar-se a si mesmo, e por que não como um ‘narodnik moderno’, protagonista e observador de um conhecimento ordinário (MAFFESOLI, 1998, p. 81).

Falar de um “indivíduo alternativo” ou de uma “cena alternativa” é, sem dúvida, um grande desafio nos tempos atuais. Ainda que o senso comum tenha se apropriado destas noções a partir do estabelecimento de lugares inversamente proporcionais entre minoria e maioria, cultura hegemônica e subcultura, seletividade e resistência, dentre outras características duais, o que se percebe, hoje, é que esse desenho se parece cada vez mais com uma sombra ou uma espécie de caricatura que traz à luz outros questionamentos: Qual minoria? Alternativo em relação a que? De onde fala, com quem e para quem? Em uma cultura cuja a lógica do binarismo exalta a oposição, estabelece fronteiras, impõe regras fixas, o radicalismo, ou ainda, o essencialismo, tem declinado perante a pluralidade de tantas vozes que emergem.

A sociedade contemporânea vivencia a ruína integral da força dos meios de comunicação unilaterais para outras formas disseminadas, espalhadas, tais como se observa no contexto rizomático da internet e sua forma cada vez mais autônoma – e, supostamente, democrática - de produção e recepção de informações. Os modelos econômicos, políticos e mesmo os culturais já estabelecidos se apresentam de forma disfuncional, pois caem em descrédito e contestação diante de tensões e desigualdades que afetam e redefinem o próprio mecanismo de consumo. Este outro contexto expõe, também, as novas formas de lidar com a tecnologia, com os espaços urbanos, enfim, com outras formas de vida e de habitar as cidades, que conduzem os sujeitos a vários caminhos e alternativas.

Baseado nestas novas configurações, o estudo de caso que se inicia propõe uma análise de um período que simbolizou uma mudança de comportamento nas interações sociais na cidade de Salvador, enfatizando o consumo de música mediado por computadores conectados à internet. Pretende-se, nesta pesquisa, observar os seguintes aspectos:

- A música enquanto comunicação e representação social aplicada ao contexto das novas culturas jovens urbanas de Salvador;
- A crise da indústria tradicional da música brasileira e o deslocamento do disco para um formato totalmente digital e *on-line* como uma ferramenta já consolidada em certo período após os anos 2000;

- A dificuldade em categorizar ou definir um único estilo musical para os artistas, assim como para o gosto musical do público e suas associações afetivas, pondo em cheque posicionamentos segregadores, preconceituosos e associados ao comportamento dos apreciadores de *rock* quanto à pureza dos gêneros e agrupamentos musicais;

- A necessidade de romper com alguns paradigmas, tais como os de gêneros musicais legítimos, que, durante muitos anos, segmentaram e regeram as tribos quanto ao consumo musical;

- A internet como meio de comunicação básico e mixador de interesses, estilos de vida e alternativa para além do *rock*;

- O perfil atualizado da cena musical de Salvador, seus atores e grupos representativos.

Portanto, o trabalho observa, através dos exemplares já indicados, como a internet atua como uma fonte estratégica e criativa para um mercado outrora esgotado e para um público, hoje, multifacetado com novos perfis, conectado por afetos e mediado por tecnologias. Em uma perspectiva mais ampla, sabe-se que a comunicação norteia todos os processos de aquisição e troca cultural de grupos humanos. Segundo Maffesoli (1998), é ela que estrutura a realidade social pautada nas relações, na convivência coletiva, cujo campo cultural e simbólico se estabelece a partir de uma esfera dinâmica, na qual a música, especificamente, emerge como uma forma de comunicação.

Compreendendo a música popular<sup>4</sup> como uma das produções do século XX ligadas ao gênero *rock*, e que se valeu do aparato midiático para sua difusão, torna-se importante salientar o contexto do seu desenvolvimento a partir da industrialização e do surgimento da cultura de massa<sup>5</sup>. Para Edgar Morin (1999), o surgimento da indústria cultural foi possível a partir das invenções técnicas aplicadas aos meios de comunicação geridos por grandes grupos do cinema e emissoras de TV e rádio. Como características gerais desta indústria, destacam-se as grandes concentrações financeiras, a criação de padrões de gosto, o *status* pelo consumo de bens simbólicos, entre outras que fomentaram a expansão da música popular para grandes massas, diferentemente da música considerada séria, erudita e destinada a um público seletivo de nível intelectual, cultural e econômico elevados.

---

<sup>4</sup> Roy Shuker (1999), no livro Vocabulário da Música Pop, considera como música popular os principais gêneros musicais produzidos comercialmente e lançados no mercado especialmente, o ocidental. Dentre os gêneros musicais, o autor destaca o rock e pop e seus diversos estilos, o reggae, a world music, o rap, dance, gospel, blues e o jazz.

<sup>5</sup> Segundo Edgar Morin (1999), a cultura de massa é produzida sob as normas da fabricação industrial; da propaganda; pelas amplas técnicas de difusão, chamadas de mass media. É destinada a uma massa social, grande número de pessoas para além das estruturas e segmentações sociais, como classe e família.

Outro pesquisador da área, Brian Longhurst (1995), evoca Theodor Adorno para explicar a distinção entre música popular e erudita, principalmente pelas questões de mercado e o contexto de produção e consumo baseados em uma visão eurocentrista. Dentre alguns aspectos que balizaram tais diferenças, segundo o autor, estão o cumprimento de modelos, a segmentação em estilos, a estrutura melódica rígida, pouca originalidade e complexidade, a improvisação normalizada e a estandardização. Este último, sobretudo, trata de um conceito criado por Adorno para indicar que este tipo de música é fragmentado, percebido pelos detalhes simples, diferentemente da música erudita, mais complexa em sua totalidade. Deste modo, a fragmentação do consumo musical em estilos é uma das principais características da música como um produto do consumo.

Sob outra perspectiva, Peter Martin (1994) aponta como fatores para a segmentação musical em diferentes estilos os acontecimentos culturais decorrentes do intercâmbio das tradições, mas também pelo turismo, pela guerra e pela popularização dos meios de comunicação de massa. Assim, a partir da industrialização, ocorreu, também, a rápida profusão dos gêneros musicais como índices de distinção, a disseminação do conteúdo e de seus astros pelos *mass media* e pelo principal ícone da indústria fonográfica: o disco<sup>6</sup> ou o álbum<sup>7</sup>. Deste modo, a música adquiriu grande poder simbólico entre diversas classes que criaram *habitus*, ou seja, “a capacidade de produzir práticas e obras classificáveis, além da capacidade de diferenciar e apreciar essas práticas e esses produtos (gosto).” (BOURDIEU, 2007, p. 162).

Segundo o autor, trata-se da necessidade de distinção proveniente de uma nova pequena burguesia, designada como os novos intelectuais<sup>8</sup> às estratégias da indústria musical e fonográfica de segmentação em estilos e nichos. Sobretudo no pós segunda-guerra, pôde-se notar o crescimento de uma população juvenil descrente das instituições, mas com certo poder aquisitivo, ávida por novos referenciais, o que propiciou o desenvolvimento de uma cultura

---

<sup>6</sup> Messias Bandeira (2004), em sua tese de doutorado, destaca a importância da gravação musical e a invenção do fonógrafo ou toca-discos, para o desenvolvimento da música popular como produto cultural de massa e suas indústrias. O autor afirma que não apenas esse produto mas outras formas de consumo musical devam ser analisadas como a digitalização e difusão de músicas pela Internet.

<sup>7</sup> Conforme Roy Shuker (1998), o álbum é um trabalho musical com a partir de trinta minutos de duração. Um conjunto de gravações em vários formatos como doze polegadas e o três rotações por minuto. Tornou-se popular com o vinil na década de 60, deslocado para o CD nos anos 80, considerado como uma obra artística, tem longevidade e alto valor cultural. Na era da internet adotou-se o lançamento de álbuns virtuais em pastas com arquivos musicais em mp3, além do projeto gráfico referente à capa e encarte em formato de imagens.

<sup>8</sup> Com uma postura mais liberada, que permite o culto ao cinema, quadrinhos, *underground*, arte das ruas, sexualidade, lazer.

jovem urbana, tais como as novas formas musicais para compor estilos de vida e identidades associadas à contracultura<sup>9</sup> (SHUKER, 1994).

Os ideais deste movimento surgiram embalados pelo mercado, que as denominavam de subculturas juvenis<sup>10</sup>, pois tiveram grande impacto na segmentação da música popular. Para Douglas Hebdige (1979), o *punk* dos anos 70 foi um dos estilos subculturais mais representativos, se colocando como um dos movimentos de contestação aos modos de produção da indústria fonográfica e um grande transformador para a música e a sociedade, conforme apontado, também, por Messias Bandeira (2004):

Se o rock'n'roll introduziu mudanças expressivas na década de 1950, o movimento punk irá redimensionar a música popular como um todo: do comportamento dos jovens às publicações editoriais; da subversão dos padrões do mercado fonográfico à explosão do surgimento de fanzines; da resignificação dos espetáculos musicais à assimilação do “visual punk” pela indústria da moda (BANDEIRA, 2004, p. 64).

A lógica do “*do it yourself*” (faça você mesmo) nas estratégias de comunicação e produção de *shows* “fora do sistema”, ou seja, sem o apoio de gravadoras, sem patrocínio e mais afeito à amizade dos grupos que faziam parte dos ideais *punk*, marcava a realidade produtiva e criativa das bandas. A rebeldia representada pelas roupas, cabelos, atitudes e pelo símbolo da anarquia, tudo isso agradava o espírito transgressor e experimental do jovem; o que ajudava a popularizar o gosto pelos conteúdos subterrâneos do *underground*.

---

<sup>9</sup> A contracultura foi um movimento social com evidência nos anos 60. Segundo Theodore Roszack (1972) teve como principais atores os jovens do pós-guerra como contestadores da expansão da tecnocracia e da sociedade industrial e de consumo que resulta dela, com ideais da velha esquerda e da luta de classes no empenho de uma reestruturação das instituições, como o mercado.

<sup>10</sup> Para os escritores associados ao BCCCS, subculturas seriam consideradas como “sistemas de significação”, modos de expressão ou estilos de vida desenvolvidos por grupos em uma posição subordinadas na estrutura social em respostas aos sistemas de significação dominantes, e que refletem as suas tentativas de resolver as contradições estruturais que surgem de um contexto social mais amplo. (Brake, 1985, tradução nossa)” (SHUKER, 1994, p. 237). Segundo os autores do Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham, do qual pertencia Stuart Hall, as subculturas foram consideradas como modos de expressão ou estilos de vida desenvolvidos por grupos em posições estruturais subordinadas em resposta a sistemas de significado dominados e que refletem sua tentativa de resolver contradições estruturais a partir do contexto societário mais amplo (BRAKE, 1985 apud SHUKER, 1994, p. 237, tradução nossa). Apesar da sua contribuição, a abordagem reforça aspectos estruturais, oposicionistas, radicais, que já se encontram ultrapassados em contexto pós-moderno, transcultural, encaminhando a análise para o viés pós-subcultural.

O *underground*<sup>11</sup> musical era representado pelas gravadoras independentes e outros meios alternativos de divulgação ligados ao rock e seus subgêneros, como as fanzines<sup>12</sup>, que podem ser definidas como “jornais editados individualmente ou por grupos, consistindo em *reviews*, editoriais e entrevistas com eminentemente punks, produzidos em pequena escala e de forma mais barata possível Grampeados e distribuídos através de um pequeno número de lojas de varejo simpatizantes” (HEBDIGE, 1979, p. 111, tradução nossa), fazendo oposição ao *mainstream*<sup>13</sup> (considerado como as grandes empresas da música e do entretenimento). Esta era uma das tensões que existia na música popular no que diz respeito à circulação e sua produção que, segundo Cardoso e Janotti (2001), favoreceu o consumo segmentado (*underground*) pelo valor intrínseco relacionado à autenticidade, à liberdade criativa que se infere do fato de ser independente das *majors* da indústria fonográfica, além do fato de ser menos cultuado pelas grandes massas e apreciado por um público seletivo, menor, considerado índice de qualidade. Tal conjunto de características foi também explicado por Grossberg (1984) como uma espécie de cooptação<sup>14</sup>, ou seja, quando as ligações afetivas alteram o julgamento de outras músicas a partir da ideia de distinção e autenticidade de um determinado grupo ligado ao *rock* de um modo geral.

A ideia geral é de que o rock depende de alianças descentradas e de conhecimentos especializados. Os fanzines, sites e pequenas gravadoras e lojas especializadas refletem a fragmentação, a tensão e os desníveis da circulação midiática, por isso mesmo os confins são extremamente valorizados quando da demarcação das fronteiras dos diversos gêneros que compõem o dispositivo rock (JANOTTI, 2003, p. 24).

Atualmente, é possível notar que o que ocorreu com o *rock* pode ser visto de forma semelhante em outros tipos de músicas, cada vez mais bricoladas e descoladas de um único gênero ou estilo. Ainda no campo das estratégias na indústria da música que resultam em

---

<sup>11</sup> Segundo Helenice Rodrigues e Héliane Kohler (2008) o *underground* é sinônimo da contracultura surgida nos Estados Unidos nos anos 60 em oposição aos valores dominantes na sociedade como o consumo. No Brasil, de acordo com Marcos Augusto Gonçalves (2004), ele se tornou conhecido a partir da coluna de Luiz Carlos Maciel no Jornal Pasquim, lançado em 1969. O termo também tem ligação com as estratégias de mercado e comunicação dos grupos de rock, principalmente o punk rock e da cena *indie* norte-americana dos anos 90. Em oposição ao *establishment*, corrente dominante do mercado da música representado por gravadoras, conglomerados de mídias de massa, buscavam-se alianças pelas amizades, a lógica do “do it yourself”, faça você mesmo, indicando a produção própria, utilização de mídias alternativas como cartazes, fanzines, discos e fitas de produção caseira ou via gravadoras independentes, etc.

<sup>12</sup> The fanzines (Sniffin Glue, Ripped and Torn, etc.) were journals edited by an individual or a group, consisting of reviews, editorials and interviews with prominent punks, produced on a small scale as cheaply as possible, stapled together and distributed through a small number of sympathetic retail outlets (HEBDIGE, 1979, p. 111).

<sup>13</sup> Corrente principal. Segundo Frédéric Martel (2012) se refere ao que é dominante, direcionado ao grande público. Está vinculado aos conglomerados de mídia indústria cultural.

<sup>14</sup> Essa cooptação não é fixa varia de onde se parte o juízo de valor, da tribo, como em Salvador nos anos 90, em que os roqueiros consideravam tudo que não era próximo do punk rock, do grunge ou do heavy metal, como pop, *mainstream*, assim como o Axé e o Pagode.

nichos, como o caso do *underground* e do *mainstream*, duas categorias aparentemente antagônicas convergem pela sua “natureza dependente das formas de armazenamento e distribuição mediática” (CARDOSO; JANOTTI, 2001 p. 19). No entanto, o *underground* e o *mainstream* continuam tendo certa carga mítica no imaginário do público, da mídia e dos próprios artistas. Contudo, há que se observar que, com as novas tecnologias, as ferramentas e formas descentralizadas de comunicação são zonas que se aproximam cada vez mais e as fronteiras antes impostas pela lógica do mercado se tornam, hoje, ainda mais heterogêneas e transversalizadas por diversas referências. Já não restam dúvidas de que a preferência musical é um referencial para a construção de “identidades” e de estilos de vida<sup>15</sup>. A palavra identidade é posta entre aspas no sentido de promover uma atualização conceitual para o termo identificação proposto por Maffesoli (1998). Stuart Hall (2005) traça um panorama das concepções de identidade do sujeito, passando pelo iluminismo, como um indivíduo centrado, unificado, em que o seu núcleo se desenvolvia e permanecia o mesmo, já no sociológico, como um sujeito complexo e que não é autossuficiente, influenciados por pessoas consideradas importantes. Estas ideias levaram à identidade do sujeito pós-moderno, a que não é fixa, permanente. O autor já anunciava as rachaduras no conceito de identidade quando empregava o termo no plural, mas, ainda assim, se mantinha enraizado ao conceito.

Maffesoli (2012) discute a saturação da identidade rígida e do individualismo epistemológico caracterizando o atual vínculo social pelo tribalismo. Na época atual, a que ele chama de pós-modernidade, prefere trabalhar com a ideia de identificação ou múltiplas identificações, assim como nos primórdios, em que a comunidade necessita do sentimento de pertença, da proximidade, em que se aprende a ser uns com os outros. Logo: "Trata-se, contudo, do esforço de um pensamento que possibilita, sem julgamentos a priori, sem espírito preconceituoso, enxergar, nas “leis da imitação”, no deslizamento da identidade forte às identificações frágeis, uma outra maneira de viver a relação com a alteridade" (MAFFESOLI, 2012).

Voltando à questão dos estilos de vida, numa visão mais atualizada e afastada da ideia restrita e superada de status e divisão de classes sociais, Featherstone (1995) posiciona o protagonismo deste conceito pela lógica da cultura do consumo, como indicadores da auto-expressão, individualidade e do gosto em que triunfa a cultura da representação. E tais individualidades se apresentam cada vez mais diversas e múltiplas pela profusão de imagens e

---

<sup>15</sup> Segundo Bourdieu (1979) consiste em estilo de vida um "[...] conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos - mobiliário, vestuário, linguagem ou hexis corporal, a mesma intenção expressiva.

informações, e de todo o capital cultural<sup>16</sup>, o que torna inviável a hierarquização e segmentação de categorias fixas pautadas em divisão de classes em detrimento de outras subjetividades:

“Acredita-se que a mudança para uma cultura pós-moderna introduziu um afastamento dos critérios universais consensuais de julgamento de gosto cultural em favor de uma situação mais relativista e pluralista, no qual o excluído, o estranho, o outro, o vulgar, anteriormente excluídos, passam a ser permitidos. Nesse sentido, a tendência é a hierarquia simbólica de base universal do Ocidente, vigente há muito tempo, tornar-se especializada, com uma tolerância maior para a diferença e a diversidade” (FEATHERSTONE, 1995, p. 149).

Por socialidade, Michel Maffesoli (1998) compreende os agrupamentos da pós-modernidade que se agregam sem um fim específico, mas pelo simples fato de estarem juntos, pelos afetos e gostos em comum. Tais pequenos agrupamentos, cada vez mais comuns nas sociedades urbanas, formados por indivíduos multifacetados, que se identificam com diversos outros grupos e possuem papéis e interesses distintos na vida pessoal e profissional. Cita como exemplo as comunidades musicais, sexuais, festas populares, procissões. Neste caso, admite o sentimento coletivo e, ao mesmo tempo, o equilíbrio e convivência com as individualidades, personalidades singulares e multifacetadas dos indivíduos.

Maffesoli (1998) atribui também à essa nova socialidade o protagonismo do gosto e do afeto. De modo complementar, entende-se que “o afeto não é simplesmente emocional/físico, mas também funciona num sentido social, como uma forma de capital cultural, contribuindo para a formação das culturas de gosto” (SHUKER, 1998, p.6, tradução nossa)<sup>17</sup>. Neste contexto, a música é um dos principais componentes do amálgama social, cultural e afetivo constituído por afinidades que reforçam o prazer do *estar junto*.

Podemos imaginar que hoje estamos sendo confrontados com uma forma de “comunhão dos santos”. As agências informáticas, as redes sexuais, as diversas solidariedades, os encontros esportivos e musicais são todos indícios de um ethos em formação. É esse novo espírito do tempo que podemos chamar de socialidade (MAFFESOLI, 1998, p. 103).

---

<sup>16</sup> Featherstone (1995) utiliza o conceito de Capital Cultural de Bourdieu (1984, 1987), como o processo de poder e modos de acumulação da cultura em esta pode ter valor que pode estar oculto, implícito. Por este conceito foram listados três tipos de capital cultural: o corporificado, que está na aparência, no modo de falar, o objetificado, que são as pinturas, os livros, as máquinas, os edifícios e o institucionalizado, como a educação, por exemplo.

<sup>17</sup> Affect is not purely emotional/physical, but also functions in a social sense, as a form of cultural capital contributing to the formation of taste cultures.” (SHUKER, 1998, p.6)

Para o autor, esta nova socialidade é marcada pelo neotribalismo<sup>18</sup>, ou seja, por novos agrupamentos marcados pela dispersão, pelo prazer de estar junto, sem um grande propósito. Portanto, a desconstrução da individualidade em função do sentimento coletivo e do ambiente urbano reflete-se nos indivíduos, que passam a assumir diversos papéis no campo pessoal e profissional, de modo a viver em uma era da multiplicidade de estilos de vida; o triadismo ou policulturalismo.

É nesta nova forma de sentir comum que está calcada a cibercultura<sup>19</sup>, como o que André Lemos (2010) apontou sendo a “convergência entre a socialidade contemporânea e as boas tecnologias de base microeletrônica”. Este conjunto potencializa o social, reforça o pertencimento a partir da mediação de encontros efêmeros do presente; tudo em tempo real, apresentando múltiplas janelas, comunidades, *links* e informações. Esta dinâmica afeta a todos os segmentos, incluindo a música e a dinâmica do seu consumo. André Lemos (2002, 2010) afirma, também, que as trocas interacionais que ocorrem pela internet, mediadas pelas tecnologias digitais, na cibercultura, cria formas de sociabilidade, conceito abordado por Georg Simmel (2006) como formas de agrupamento que nunca ocorrem desinteressadas, consciente ou inconscientemente. São formas de associação, congregação de indivíduos, como forma de realização de seus interesses ideológicos, sensoriais, momentâneos ou duradouros, com causalidade e propósito, a exemplo, as formações de partido. Estas congregações estão no cerne das relações sociais que ocorrem por meio do compartilhamento de conteúdo interacional, que tem como ação mais banal a própria conversa. Desta forma, a liberdade de formar relações é a característica primordial da sociabilidade.

A imagem, por exemplo, se torna cada vez mais importante para o público da música, assim como a possibilidade de se sentir acolhido por muitos grupos e de estar mais próximo dos artistas, antes vistos fixados em um pedestal, pois, quanto menos acessíveis, mais idolatrados - e isso fazia com que seus produtos fossem mais valorizados no mercado. A respeito dessa visível mudança, Michel Herschmann (2010) explica que, desde 1990, a indústria tradicional da música passa por transições que encaminham para uma crise. Fatores como a desvalorização do fonógrafo, a pirataria associada ao crescimento do formato mp3, o baixo

---

<sup>18</sup> Para Maffesoli (1998), o desenvolvimento de microgrupos num contexto de massificação são as tribos. As neotribos são multifacetadas e mais dispersas, composta por indivíduos que participam de vários grupos, possuem identidades múltiplas, identificações.

<sup>19</sup> Segundo Pierre Levy (1999), a cibercultura é um movimento social vindo de uma juventude escolarizada. Conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço, da rede, novo meio de comunicação que tem como princípios básicos a interconexão mundial de computadores, criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva.

poder aquisitivo da população, a valorização dos *shows* ao vivo nos centros urbanos, além da expansão do uso da internet como ferramenta de comunicação e fonte de informação constituem outro panorama da música no circuito comercial, cultural, estético e político.

A busca desesperada por novos modelos de negócio fonográficos (que hoje emergem na forma de diferentes tipos de plataformas digitais e nos serviços da telefonia móvel), ou melhor, o crescente emprego das novas tecnologias e das redes sociais na web como uma forma importante de reorganização do mercado (a utilização das tecnologias em rede como uma relevante estratégia de comunicação e circulação de conteúdos, de gerenciamento de carreiras artísticas, de formação e renovação de público, de construção de alianças com os consumidores, etc.) (HERSHMANN, 2010, p. 37).

Os músicos que já utilizavam a internet e outras formas mais autônomas e independentes de comunicação acabaram ganhando mais visibilidade. Pode-se estabelecer um paralelo entre este novo comportamento da indústria da música popular ao movimento *cyberpunk* e aos ideais de contracultura, por exemplo, que, segundo André Lemos (2010) acompanharam todo o processo da ciberculturalização. “De certo modo, os cyberpunks querem apropriar-se da racionalidade tecnológica moderna, embutindo aí a filosofia do *do it by yourself*” (LEMOS, 2010, p. 189).

A partir dessa leitura do quadro de mudanças sociais visto pelo viés musical, é possível verificar novas formas de pensar a própria música como representação social, isto é, a partir das identificações múltiplas, dos atores multifacetados, cada vez menos dependentes de classificações fixas quanto aos estilos, aos gêneros, bem como aos sujeitos tecnologicamente ativos e participantes do processo comunicacional.

## 2.1. Música e representação social

Charles Gavin<sup>20</sup> afirmou, na ocasião do Prêmio da Música Brasileira, em 2017, que a música emerge tanto dos subterrâneos quanto das superfícies; uma vitrine dos movimentos sociais. A música, então, representaria épocas, lugares, estilos de vida, transmitiria ideologias, estabeleceria vínculos entre pessoas, possibilitaria sensações e, no aspecto mais contemporâneo, poderia acrescentar que geraria *links*, imagens, compartilhamentos. Seguindo esta perspectiva, pode-se dizer que a música comunica e constitui uma intensa atividade social. A partir dela, busca-se compreender as formas de expressões dos grupos que se constituem no entorno, através das múltiplos interesses e afetos, todas estas relacionadas em um contexto estético-cultural.

---

<sup>20</sup> Baterista da banda brasileira Titãs e apresentador do Canal Brasil.

Estas representações que, segundo Maffesoli (1998), atendem ao conceito de neotribalismo, se dão em âmbito coletivo. Outro pensador, Serge Moscovici (1968), afirma que as representações sociais provêm das tensões e diferenças no campo social. Nessa lógica, Peter Martin, no livro *Sounds and Society* (1994), também argumenta que desde o sistema tonal que se atribui sentido para a música pelo intercâmbio cultural. Baseado na dialética de Adorno, que considerava a música indissociável dos aspectos socioeconômicos, que as discussões acerca da música trazem à luz ecos do pensamento de Walter Benjamin, ao indicar que cada fragmento cultural pode ser expressado por uma totalidade social. Logo, refletir sobre música significa ir ao contexto mais amplo, que reformula os conflitos e as contradições presentes em cada época.

Essa representatividade da música pode ser exemplificada pela atividade do compositor que, além da influência do contexto cultural para os temas de suas músicas, possui como referência as categorias formais e modelos de obras de arte pelo mundo. Ademais, os padrões já mencionados a respeito da música popular como o contexto cultural, a comunhão entre grupos de interesses em comum, a representação de estilos de vida e ideologia e influência sob os grupos potencializadas pelo aparato midiático e posteriormente pela internet, além dos padrões melódicos e segmentação por gênero. Tudo isso pode tornar as aspirações individuais do compositor coincidentes com os interesses do público, uma vez que sua formação advém de um extrato da sociedade. Sobre o compositor, Adorno ainda pontua o pertencimento a uma classe econômica e nível cultural como fatores que influenciam sua obra e a sociedade.

Algumas críticas são, geralmente, dirigidas ao autor, mas devem ser levados em conta outros pontos de vista. Dentre as falhas apontadas às reflexões adornianas está a concepção de que as representações da música são impostas por uma classe dominante a uma audiência subordinada e passiva, além do entendimento de arte sempre de maneira negativa, difícil, carregada de valor e julgamento, pois arraigada na dicotomia da modernidade, que sempre tinha um modelo superior como referência. Para o estudo em questão, o pensamento de Adorno entra em choque por questões culturais, geográficas e temporais. Por se tratar de uma visão eurocentrista, que admite a erudição o modelo superior de formação musical, diferentemente do que ocorre em culturas latinas colonizadas, como é o caso da música produzida no Brasil e em Salvador, na Bahia, que não passaram por esse processo de erudição, nem mesmo pela chamada modernidade, como defende Ortiz (1994). Além disso, o pensamento de Adorno se situa muito na questão econômica, o que não representa o cerne dos estudos culturais da contemporaneidade. Sem minimizar a importância do pensamento do autor no que se refere à standardização, racionalização e mercantilização da música, um viés muito abordado

atualmente – e que cabe retomar aqui – é dado por Brian Longhurst (1995), ao indicar que a audiência interpreta a música como texto e a aplica em diversos campos da sua vida prática.

Baseada, em parte, nas teorias da hegemonia, as obras de Hall (1980) e Morley (1980), argumentavam que o público poderia aceitar as mensagens dominantes nos textos da mídia, enfrentá-las ou desenvolver uma leitura negociada sobre elas (LONGHURST, 1995, p.19, tradução nossa).<sup>21</sup>

Como discutido no item anterior, a ideia de música e representação social sempre esteve atrelada à lógica do mercado e, conseqüentemente, à segmentação de classes sociais e econômicas. Pode-se destacar também a conotação utilitária atribuída à cultura com o seu valor associado ao consumo de bens simbólicos, como, por exemplo, o disco, também chamado de álbum. Os estilos e gêneros musicais, que separavam os discos nas lojas onde eram comercializados, passaram a representar grupos, tribos, ideologias, comportamentos e até posicionamentos políticos espelhados nas próprias letras e atitudes dos artistas. Na contramão destas divisões, pode-se apontar que, com o enfraquecimento de um mercado fonográfico tradicional pela introdução do consumo musical via mp3 e *streaming*<sup>22</sup>, a escolha das músicas por estilos ficou cada vez menos nítida. Voltou-se o olhar mais para o artista, para o trabalho em questão, o *single*, e, assim, podia-se compor um estilo pelo gosto - e por vários artistas, que também não se fixavam em um estilo apenas, mas ocorria em paralelo às tendências culturais de convergência cada vez mais potencializada pela internet. “Podemos dizer que a partir da concepção que determinada época faz da alteridade é que se pode determinar a forma existencial de uma dada sociedade. Assim, ao lado da existência de uma sensação coletiva, vamos assistir ao desenvolvimento de uma lógica de rede” (MAFFESOLI, 1998, p. 121).

A partir desta discussão, pode-se afirmar que a música produzida por artistas de Salvador, entre 2010 e 2013, representa um exemplo de um trânsito cultural que se desenvolveu em países latinos colonizados e influenciados pelo mercado globalizado. Um exemplo ainda mais preciso é a estética afro *pop*, que esteve presente em diversos momentos da história mundial nos anos 60 e 70 com os movimentos Black Power, rastafári, nos anos 80, com o *hip hop* norte-americano, bem como a música jamaicana e afro-cubana revisitada tanto no Samba Reggae dos anos 90, quanto no período após os anos 2000.

<sup>21</sup> Based in partly in these theories of hegemony, the works of Hall (1980), and Morley (1980), argued that audiences could accept the dominant messages in media texts could oppose them or develop a negotiate reading on them (see further Abercrombie and Longhurst: 1998: 9-28).

<sup>22</sup> Segundo OLIVEIRA (2016-2017) e NOBRE (2016-2017), *streaming*, que significa ‘fluxo’, em inglês, é o termo que designa a tecnologia de transmissão de áudio e vídeo pela internet sem a necessidade de fazer o download dos arquivos em PC, tablets, smatphones, dentre outros dispositivos que transmitem à informação diretamente ao usuário assim que recebida. Surgiu em 1997 e tem como exemplos mais comuns o Deezer, Soundcloud, Spotify, Youtube, dentre outros players de música e vídeo.

O momento político, que será melhor abordado no próximo tópico, foi um dos principais fatores que permitiu o diálogo com diversas categorias de grupos humanos de modo a expandir a discussão para a diversidade étnica, religiosa, sexual, musical e geográfica. Esta última, em especial, será percebida por uma maior exploração e valorização de aspectos históricos e locais da vida urbana em Salvador, que retoma a importância da música e dos artistas locais chamados “nova música baiana”, que não se encontravam à margem do que estava ocorrendo com a música brasileira, em geral. Por enquanto, é importante destacar que a música popular atual de Salvador reflete os indivíduos plurais, a partir da criação de categorias mais amplas, da desconstrução da ideia de pureza dos estilos musicais para além dos binarismos, como o *underground* e *mainstream*.

Este novo cenário pode ser notado tanto no público quanto nos artistas e seus trabalhos, como os objetos a serem analisados no próximo capítulo: a banda BaianaSystem e sua relação entre a música e os ícones da Bahia, África, América e Oriente; Cascadura, a banda de *rock* liderada por um vocalista afrodescendente estudante de história que acaba por inserir o contexto da cidade, da ancestralidade, da música africana e erudita; Opanijé, banda que desponta pela inclusão do sincretismo religioso no *hip hop*. Portanto, este estudo visa compreender algo que Maffesoli (1998) denomina de “formas de efervescência estética contemporânea (musicais, sexuais, consumistas, esportivas, etc.) que de modo mais ou menos durável ‘fazem corpo’, delimitam um território, em resumo, recuperam esses valores arcaicos, primitivos, de proximidade” (MAFFESOLI, 1998, p. 190). É, então, por proximidade, como elementos de representação, que cada um se liga a uma cidade ou a um lugar.

## 2.2. Cena musical alternativa de Salvador

A cena musical<sup>23</sup> alternativa povoada pela cultura jovem urbana de Salvador não se estruturou de modo tão diferente de outras metrópoles. A princípio, ela esteve basicamente ligada ao *rock* como um de seus precursores, sobretudo na figura de Raul Seixas. “Seguindo o exemplo de quase toda cidade a partir do fim dos anos 1970, Salvador vivenciou o surgimento de uma cena Punk” (LIMA, 2015).

O jornalista Carlos Eduardo Lima (2015), ainda aponta a mídia como principal fomentadora da indústria musical para os jovens músicos baianos e destaca que as bandas da

---

<sup>23</sup> Adota-se “a noção de cena musical - definida, por Stahl (idem:53), como um tipo específico de contexto cultural urbano e prática de codificação espacial - oferece meios diferenciados para compreender os complexos circuitos, afiliações, redes e pontos de contato que informam as práticas culturais e as dinâmicas identitárias dos grupos juvenis no âmbito dos espaços urbanos contemporâneos” (FREIRE FILHO, JANOTTI JR.,2006, p.29).

época, tais como, 14º Andar, Úteros em Fúria, Gonorreia, Espírito de Porco e Ramal 12, se desenvolveram no esquema de garagem, ou seja, sem financiamento de grandes estúdios e gravadoras, com exceção da Camisa de Vênus, que logo conquistou o mercado nacional. Ademais, a imagem suja e grotesca que se atribuía aos integrantes desses grupos *underground* e seus adeptos, se sucedeu pelos anos 80 e 90 na também denominada cena rock baiana. Com bandas sob influências mais progressivas do *hard rock*, do *jazz*, do *rockabilly* e do *rock* experimental como as bandas Dead Billies, Cascadura, Inkoma, Brincando de deus, além dos elementos do *pop*, como Penélope e Alex Góes, a cena do *rock* baiano saiu do figurino preto básico habitual nos redutos *underground* e se efetivou nos principais bairros da cidade, Barra e Rio Vermelho, já amplificados pelo sucesso nacional na presença da roqueira Pitty.

A moda das camisas flaneladas, fardas coloridas, *clubber*, ou visual *nerd cool*, além do toque feminino despojado com bota cano longo, saia, meia-arrastão e, por vezes, masculinizadas em calças de skatistas, a música baiana incorporou outros elementos estéticos além do *rock*. Os *scratches* dos *djs*, a música nordestina, o *rock* com xote, baião e MPB do Lampirônicos anunciam, na época, o “novo pop baiano” (BARBOSA, 2001) com reconhecimento e suporte de estratégias mercadológicas e midiáticas atendendo a uma fusão ainda mais visível entre o alternativo e o *mainstream*. Assim, os anos 2000 possibilitaram o surgimento de inúmeras outras bandas, além de facilitarem a difusão de uma camada cada vez mais jovem, que traziam outros ritmos tornados subgêneros do alternativo.

Bandas como Retrofoguetes, Ronei Jorge e os Ladrões de Bicicleta, Diamba, Vivendo do Ócio, Maglore, Ênio e a Maloca, Suinga, Quarteto de Cinco, todas agregaram o *pop*, MPB, *reggae*, samba e o *rock* (EL CABONG). Novas e híbridas faces surgem, cuja diversidade musical assume, de forma muito positiva, uma relação com o local. Logo, a ideia de cena alternativa mostrou-se mais eclética e, ao mesmo tempo, também mais comercial, tornando-se então mais interessante para os jovens de classe média e alta, que passam a se reunir em casas com maior estrutura e conceito comercial.

Da garagem do Idearium, ao World Bar e Dubliners Irish Pub para o Groove Bar, Portela Café, com destaque para a Bumerangue (2006-2010) que, segundo o proprietário, o cantor Alex Góes<sup>24</sup>, “era diferente de todas na época”. Por não possuir uma grade fixa, a casa promovia eventos de música eletrônica, *heavy metal*, *pop*, *rock*, afro, dentre outros estilos, criando assim uma cultura mais democrática entre os lugares do momento, o que a torna mais frequentada por

---

<sup>24</sup> Alex Góes, em entrevista concedida à pesquisadora, em dezembro de 2015, em Salvador.

todos os tipos de público, dentre eles, homossexuais, heterossexuais, jovens de classe abastada conhecidos como “mauricinhos” e “patricinhas”, além das matinês para menores de 18 anos.

Deste modo, a conexão da cena alternativa local com o público jovem foi ainda mais acelerada pela popularização da internet banda larga com marco em 2001 (CARDOSO; RIZZO ARAUJO; COSTA LINO, 2005), pelo intercâmbio das redes sociais e a maior facilidade de produção e difusão de conteúdo audiovisual independente. A liberação dos rótulos e gêneros musicais passou então a ser mais acolhida por um público que atuava, cada vez mais, como referências tanto do presente quanto do passado, característica que será melhor explicada no próximos itens e capítulos.

Neste período, o caráter transgressor e as ideologias de resistência ganharam destaque pela roupagem hype<sup>25</sup> da música africana e derivações do *reggae*, *ragga*, *dub*, *ska*, *sounds systems*, além do *hip hop*, o *rap* e samba *reggae* e toques do candomblé em Salvador, como o Ministereo Público e Orkestra Rumpilezz. Um exemplo que se aproxima da cultura *hipster* mais antiga ligada aos negros e ao *jazz* é o evento Jam no MAM, que reúne músicos locais adeptos do gênero, no estacionamento do Museu de Arte Moderna da Bahia, para sessões de música instrumental, fora do âmbito hegemônico desde 1993 (SOBREIRA, 2013). Essas tendências também resultaram na inserção do centro histórico (reduto dos negros desde o período colonial), da música percussiva, no circuito das festas e *shows* alternativos. As praças Tereza Batista, Pedro Arcanjo e casas como a Zauber e Sankofa são exemplos. Situação análoga ocorreu com o *funk* no Rio de Janeiro, "aceito pela elite, como uma música que desafiasse essa acomodação" (YÚDICE, 2006).

A música africana no *rock*, os *sounds systems*, o *rap* nas casas de bairros classe média-alta como o Rio Vermelho ou o deslocamento de jovens brancos de poder aquisitivo elevado para os *shows* no Pelourinho, além das letras de denúncia ao preconceito e as mazelas sociais da cidade, tudo isso representaria um comportamento do *hipster* atraído pelas “aventuras raciais, aventuras urbanas” (MAILER, 1957, p. 587). Tais mudanças conduziriam o jovem a um estilo considerado mais engajado politicamente, de forte cariz identitário a uma comunidade marginalizada e, ao mesmo tempo, de estética desafiadora diante dos mistérios e perigos representados pelo imaginário acerca dos guetos da cidade.

---

<sup>25</sup> O hype usa o exagero como uma estratégia de marketing.

### 2.2.1. Nova música brasileira e nova música baiana após os anos 2000

O *boom* da internet banda larga e uma série de mudanças no campo tecnológico influenciaram a cultura, a comunicação e as formas de socialidade, muito marcadas sobretudo pelo agrupamento em comunidades virtuais, mas também pela produção e difusão de conteúdos instantâneos. No campo da música, especificamente, um rápido salto do CD para o mp3, e ainda, da presença física para *on-line* através dos *sites* de redes sociais, incluindo fotos e vídeos em formato digital, permitiram maior estreitamento entre artistas e seu público.

Em Salvador, o fim da primeira década dos anos 2000 representou, por exemplo, um movimento identificado como a renovação na cena musical baiana, uma “nova música baiana” (MATOS, 2012). No entanto, não foi só a música que mudou, o público e o consumidor também. A partir desta observação, este capítulo procura entender o redesenho da cena musical baiana mais ligada ao alternativo por uma mudança de mercado, da música mundial e brasileira, mas também de seu público. Antes de prosseguir, contudo, cabe uma indicação sobre o contexto cultural, político, mais específico da cidade do Salvador, no período do recorte proposto na pesquisa, entre 2010 e 2013.

Um período de agitação e expectativas pairava sobre a cidade do Salvador. A capital baiana, assim como o restante do Brasil, assistiu à posse da primeira presidenta mulher do país, Dilma Rousseff, e experimentava o legado dos ideais considerados de uma linha política de esquerda construídos desde o governo Lula (2003 a 2011), que resultou em importantes avanços para a economia, educação, ascensão da classe média e, principalmente, no que se refere à inclusão social. Um setor que se destacou, neste contexto, foi o da cultura.

A contraposição aos autoritarismos se realizou através da ampliação do conceito de cultura. (GIL, 2003) Ela abriu as fronteiras do ministério para outras modalidades de cultura: populares; afro-brasileiras; indígenas; de gênero; de orientações sexuais; das periferias; audiovisuais; digitais, etc. (BRASIL 2005, BRASIL 2006 apud RUBIM, 2015, p. 12).

Albino Rubim (2015) ainda destaca que as gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira, no Ministério da Cultura, fomentaram um período de grande abertura e mudanças com reconhecimento internacional. O diálogo mais intenso e com maior número de atores sociais possibilitou maior abrangência geográfica das ações e beneficiaram diversos eixos culturais e artísticos como o audiovisual, por exemplo, com a aplicação da Lei Rouanet, e também a música regional, mais contemplada com uma série de editais lançados na época.

Assim, tanto a cultura quanto a educação puderam adquirir maior relevância dentro das distribuições de rubricas, verbas e editais públicos uma vez que o governo estadual se encontrava alinhado à esfera federal. Uma série de investimentos contemplaram novos projetos

e abriram espaços para grupos que sempre padeceram com poucos recursos financeiros, assim como possibilitou oportunidades para certos segmentos que eram menos reconhecidos nas áreas. Mesmo no conturbado mandato subsequente da presidenta Dilma e nas gestões controversas do Ministério da Cultura podemos citar realizações consideráveis para o desenvolvimento social. As reformas e construções de universidades promoveram a manutenção de ambientes que possibilitam, ainda hoje, o desenvolvimento dos mais diversos eixos culturais pela reflexão, formação de profissionais e criadores, a fim de estabelecer o diálogo constante com o popular e o urbano na finalização das metas do Plano Nacional de Cultura.

Diante desse cenário de implementação do Sistema Nacional de Cultura, em 2011, na gestão do Secretário da Cultura do Estado, Albino Rubim, foi aprovada a Lei Orgânica da Cultura na Bahia nº 12.365/2011, que previu a implantação do Sistema Estadual de Cultura e regulamentação do Plano Estadual de Cultura. No intuito de fomentar, financiar a criação cultural e beneficiar a população, a Lei ajudou a assegurar políticas pelos próximos dez anos. Ainda no período de transição política, o que se via era o Estado da Bahia como local onde a cultura, em geral, já havia retomado seu papel de grande importância na vida das pessoas. A cidade passou a dar mais valor aos espaços culturais como teatros, museus, cinemas, bem como às manifestações populares urbanas, além do Carnaval. O respaldo público auxiliou na mudança de percepção e comportamento dos próprios moradores locais, principalmente as neotribos jovens.

É curioso notar que, em 2010, A Folha de São Paulo publicou, “Axé<sup>26</sup> faz 25 anos, cresce no Brasil e no exterior, mas perde espaço na Bahia”. Uma série de fatores culminaram nessa anunciada crise desde o final da década de 90. A migração de artistas para outros estados ou países, o declínio na venda de discos e mesmo a própria falta de renovação artística na cidade responderam pela mudança. O pesquisador Milton Moura, um dos entrevistados da matéria da Folha, indicou que o crescimento de outros gêneros musicais como o arrocha, o pagode baiano e o forró elétrico foram, entre outros aspectos, responsáveis pelo decréscimo do Axé, mas não pelo total declínio. Enquanto o Axé decaía, a MPB, na contramão, passava por uma fase de grande reverência e renovação no estado, paralelo à entrada de Gilberto Gil no Ministério da

---

<sup>26</sup> Para Milton Moura (2001), a axé-music não chega a ser um gênero musical, pois não há uma unidade em aspectos formais. Segundo Goli Guerreiro (2000, p. 133), trata-se do encontro da música dos blocos e trio com a música dos blocos afro (frevo baiano + samba reggae), promovendo uma mistura harmônica e percussiva a partir dos anos 80. A expressão apareceu pela primeira vez na imprensa baiana na coluna do jornalista Hagamenon Brito em 1987 (GUERREIRO, 2000).

Cultura, que agregava certo capital simbólico, prestes a chegar aos 70 anos com uma carreira musical ativa.

Além do culto aos artistas já consagrados, novos nomes despontavam com força total e agregavam as mais diversas referências musicais, como outrora propunha a Tropicalia, em 1969, que “[...] pretendia absorver todas as manifestações musicais brasileiras e estrangeiras” (GUERREIRO, 1994, p.111). Os maiores nomes do Axé Music, como era chamado, já flertavam com a MPB e aderiram à tendência da época. Então, foram produzidos novos trabalhos como *Adobró e Diminuto* (2010), de Carlinhos Brown, com influências também do samba e música latina; o disco *Canibália* (2009) de Daniela Mercury, seguido do DVD *Canibália Ritmos do Brasil* (2011) e o DVD *Pode entrar* (2011), de Ivete Sangalo, com participações de Maria Bethânia e Marcelo Camelo. Esse último, inclusive, obteve uma importante contribuição para a renovação da Música Popular Brasileira com a banda *Los Hermanos*, no início dos anos 2000.

Na primeira década dos anos 2000, a expressão Nova Música Brasileira ficou conhecida por incluir artistas novos e consagrados como Caetano Veloso, que lançou um disco mais afinado ao *rock*, em 2006, intitulado *Cê*. Despontaram, no mesmo período, novos discos e nomes como *Céu* (2005), *Tulipa Ruiz* (2010), *Marcelo Janeci* (2010), *Tiê* (2007), *Filipe Cato* (2009), *Karina Buhr* (2010), do Recife, a influência do Pará com *Gaby Amarantos* (2012) e o *Tecnobrega*, o *pop trash* da *Banda Uó* (2011), de Goiânia, composta por uma vocalista transsexual. Havia um clima de libertação ideológica que exaltava a importância de não aderir aos rótulos, tanto dos estilos musicais quanto das múltiplas representações que um artista poderia assumir.

Ao lado disso, intensificava-se a transição dos *photoblogs*, *sites* e comunidades do Orkut para os novos milhões de visualizações no Youtube, dado o rápido compartilhamento de vídeos na *fanpage* do Facebook, através dos quais os fãs podiam comentar, curtir, compartilhar. A comunicação mediada neste ambiente de redes sociais da internet criou um campo muito diverso de público para a música nacional. As barreiras geográficas diminuíram tanto quanto a distância entre fãs e artistas, e também entre os próprios artistas. As interações via redes sociais marcaram o período.

A cena musical soteropolitana, antes tida como alternativa, tornou-se, então, cada vez mais conhecida e cada vez menos identificada pelo *rock*. Muitas bandas criadas no *underground* da cena *rock* independente baiana dos anos 80 e 90 chegaram ao fim, como *Úteros em Fúria*, *Lisergia*, *Inkoma*. As bandas que não acabaram totalmente pausaram suas atividades por um período, a fim de cuidar de outras atividades ou reformular projetos musicais para uma proposta

mais heterogênea. A banda Retrofoguetes, por exemplo, apresentou um projeto instrumental que resultou da dissolução da The Dead Billies. Além da guitarra baiana e *surf music* incorporou, de forma mais latente, os ritmos latinos como o mambo e a salsa no disco lançado em 2009, o Chachachá. Foi também exemplar o caso da banda considerada a representante do *rock* baiano, Cascadura, que incluiu no disco Aleluia (2012), as matrizes percussivas africanas e instrumentos eruditos.

Ademais, a mudança de artistas para outras cidades, tais como a cantora Pitty, por exemplo, ainda no início dos anos 2000 e, mais tarde, em 2009, a Vivendo do Ócio, ao mesmo tempo que possibilitou difusão mais intensa da cena do *rock* baiano deixou também uma lacuna na cidade. Contudo, o novo espaço aberto a outros movimentos fomentou o que se chamou, mais tarde, Nova Música Baiana (MATOS, 2012). Agora rapidamente espalhada pelas redes e mídias sociais, essa nova música que tinha nomes como Tom Zé, Orquestra Rupilezz, Márcia Castro, Maglore, Cascadura, BaianaSystem (em conexão com B Negão e Lucas Santtana), Opanijé e muitos outros conquistou, não só Bahia, mas se difundiu por todo o país e alcançou outras partes do mundo. Esse fenômeno que resultou da mescla entre novos meios de comunicação, novas tendências estéticas e abertura à diversidade de gêneros pode ser visto, também, como fruto da amplificação comercial e cultural via *web*.

### **2.3. Os usos das redes sociais a serviço da música em Salvador. Por uma cena alternativa mais conhecida**

Como indicado anteriormente, alguns conceitos relativos à música popular já se encontravam desalinhados à realidade, como destaca Hershmann:

Há vários conceitos e categorias que parecem explicar cada vez menos a realidade sociopolítica e econômica do universo da música, mas não deixam de ser empregados porque ainda orientam as ações dos atores sociais: majors e indies, mainstream e independente, gravadoras, álbum e mesmo o conceito de indústria ou indústria cultural. Ao mesmo tempo, alguns conceitos vão adquirindo grande importância para o desenvolvimento deste tipo de estudo, tais como o de cenas, circuitos culturais e cadeias produtivas (HERSCHMANN, 2011, p. 102).

Segundo o pesquisador, o conceito de cenas musicais passou a ser mais apropriado por abarcar aspectos que vão além da discussão sobre as dicotomias da modernidade, como por exemplo, o *underground* e o *mainstream* para a música. Para Will Straw (2001), “‘cena’ é usada para delimitar grupos de atividade altamente locais e para dar unidade às práticas dispersas por todo o mundo. Ela funciona para designar sociabilidade face-a-face e como sinônimo preguiçoso para as comunidades virtuais globalizados de gosto” (STRAW, 2001, p. 248). Deste modo, a ideia de cena alternativa ou independente, para o mundo musical, se refere aos artistas

que não apresentam certa estrutura financeira, nem estão ligados às grandes gravadoras (*majors*) e emissoras de TV, ou ainda, que têm que criar suas próprias estratégias para se comunicar com seus públicos e divulgar sua banda e sua música.

Esta característica exerce, portanto, considerável influência do movimento *punk* que, por sua vez, foi influenciado por ideais da contracultura que se relacionavam com certa liberdade criativa por parte dos artistas que não se submetiam às regras do *mainstream* musical, mesmo que almejasse uma gravadora para financiar seu trabalho. Porém, já foi visto que esse aspecto da cena - totalmente independente e alternativa -, não existe, uma vez que, mesmos meios alternativos estão inclusos na comunicação mediática com fins mercadológicos<sup>27</sup>.

A cultura do *do it yourself* tomou conta das cenas urbanas musicais, principalmente do *rock* mundial nos anos 70, 80 e 90. Era preciso criar alternativas de estratégias, troca de informações, instrumentos de comunicação, entre outros, e tudo isso estava sob influência dos meios mais conhecidos como as mídias de massa como a TV, o rádio e o jornal. Os fanzines e as fitas demo fizeram parte das estratégias de comunicação dos artistas das cenas *underground* durante um bom tempo. Com o advento da internet é que pôde-se destacar o uso de ferramentas interativas mais eficazes com os fóruns, *chats* para bate-papo além de *blogs* e *fotologs*<sup>28</sup>, mais comuns na cena alternativa de Salvador antes mesmo da popularização dos *sites* de redes sociais, como Facebook, Instagram, Twitter.

Tal repercussão dos *fotologs* foi, inclusive, matéria jornalística na época. Em reportagem publicada pelo Jornal Estadão, a jornalista Cláudia Tozzeto relatou que a fama dos *fotologs* aumentou em 2004, a partir do lançamento da rede social Orkut, pois o Google limitava a quantidade de fotos publicadas. “Em suas biografias nos perfis do Orkut, brasileiros divulgavam links para suas páginas do Fotolog” (ESTADÃO, 2016). Os *links* sempre estiveram associados ao endereço *fotolog.com* junto ao título criado pelo usuário. Este recurso também foi utilizado pelas bandas e artistas das cenas independentes de todo o Brasil como uma forma de aproximar o público. Ao divulgar fotos de *shows*, viagens, gravações, ensaios,

---

<sup>27</sup> Toda a indústria da música, desde a produção do produto fonográfico (o disco) até a divulgação, é associada, também, aos concertos e visibilidade dos artistas; guiada, portanto, por uma das áreas da comunicação que emergiu com a cultura de massa e o consumismo: o marketing. Phillip Kotler (2005), uma das referências mais conhecidas da área, sinalizou a definição da American Marketing Association a uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento, de modo que beneficia, sobretudo a organização e o público interessado.

<sup>28</sup> Apelidado como o precursor das redes sociais, pode se dizer que o fotolog funcionou como porta de entrada da cena musical independente ou alternativa local nas redes. Variação do termo blog, o fotolog foi criado em 2002 em Nova York, nos Estados Unidos, para funcionar como um diário de fotos capturadas pelas novidades dos momentos, as câmeras digitais - tecnologia que começava a ser popularizada, mas que ainda era um privilégio da classe média, alta.

momentos de convivência em grupo e intimidade envolvendo equipe e amigos criava-se uma *mise-en-scène* semelhante aos grandes astros do *rock*.

É possível citar o “rocktipolouco”, de Pitty; “drcascadura” da banda Cascadura, “thehonkers” (ainda em atividade); “bigbossrecs”, um dos nomes mais influentes da cena *rock* independente de Salvador, Rogério Big Boss, além de “alvarotattoo”, tatuador referência entre os adeptos da cena, “morotoslim”, guitarrista da Retrofoguetes, “martin\_men”, ex-guitarrista da Cascadura e guitarrista de Pitty, “roneijorge”, da banda Ronei Jorge e os Ladrões de Bicicleta, “capitaoparafina”, banda de surf music, rock anos 50, “rocksalvador” perfil que divulgava as fotos de bandas locais com entrevistas e informações e até a “mtvsalvador”, perfil do canal brasileiro de música que, em sua versão local, teve curta duração. Se os *photoblogs* e Orkut foram a grande tendência na primeira década dos anos 2000, a segunda década foi a vez do Facebook. O *site* de rede social criado em 2004 explicitou o já existente conceito de redes sociais, só que agora aplicado à internet.

Na obra de Mark Newman, Albert Barabasi e Duncan Watts (2015) é possível encontrar a definição de rede social como uma coleção de pessoas em que cada uma estaria familiarizada com algum subconjunto de outras pessoas. Segundo as ideias compiladas pelos autores em uma série de artigos, essas redes poderiam ser reais ou virtuais, contanto que aproximassem as pessoas, ou seja, evidenciassem a capacidade de agrupamento. Para os autores, a estrutura das redes sociais teve importante implicação na difusão de informações. De forma mais simplificada, eles reúnem modelos baseados em conceitos matemáticos para explicar o efeito da interconexão e rápida difusão de informação, como o *small-world* ou mundo pequeno de Stanley Milgram. O estudo empírico realizado em Boston utilizava a troca de cartas apenas entre pessoas que sabiam o primeiro nome umas das outras, o que comprovou que a distância máxima que nos conecta a outra pessoa é de seis passos, tal como foi chamado o experimento.

Uma pesquisadora da área da comunicação em redes sociais, Raquel Recuero (2009), apontou, como elementos de uma rede social da internet, as conexões constituídas pelos laços sociais criados pela interação social entre os atores” (RECUERO, 2009, p. 30). Assim, baseada neste aspecto, esta pesquisa busca se concentrar nos atores e nas interações sociais. São essas interações entre os atores, nos perfis dos grupos, que estabelecem uma parte da discussão aqui empreendida.

Portanto, compreende-se agora o porquê do pequeno universo da chamada cena musical alternativa de Salvador rapidamente se expandir: graças à conexão e interação entre os principais atores, os artistas e grupos musicais. A intensificação de *posts* com imagens, vídeos, *links* e textos que reafirmavam, de forma quase unânime, a ideia de uma nova música baiana,

deu certo. Dentre os atores selecionados na análise estão os perfis das bandas BaianaSystem, Cascadura e Opanijé, no Facebook e Twitter.

Para complementar esta discussão, o capítulo seguinte trata, separadamente, de cada grupo musical identificado no recorte da pesquisa. Com o título BaianaSystem<sup>29</sup>, Cascadura<sup>30</sup> e Opanijé<sup>31</sup>, as bandas figuram como representantes da Nova Música Baiana. Observamos suas atuações na internet, através de *sites* de redes sociais, como Facebook e Twitter, como espaços que manejam as estratégias e posicionamentos principais dos grupos.

### **3. BaianaSystem, Cascadura e Opanijé: representações e vozes da Nova Música Baiana nas Redes Sociais**

A principal referência que se tem das estratégias de comunicação das cenas conhecidas como alternativas e *undergrounds* é proveniente do *rock*. Dos fanzines às fitas demo, *blogs*, *fotologs*, comunidades e redes sociais da internet, os materiais da era pós-digital (LONGO, 2014) ou pós-internet são referência das próprias mudanças vividas pela indústria musical. Desde o enfraquecimento das fronteiras entre estilos e declínio do produto fonográfico como uma das principais fontes de renda, o mercado tradicional passou a se valer dos recursos antes alternativos da *web*, assim como das redes sociais ou mídias sociais e das plataformas que suportam conteúdo de áudio ou audiovisual.

O desenvolvimento da internet acompanhou uma série de transformações culturais. O desgaste de modelos políticos e econômicos impactaram a forma pela qual os indivíduos se relacionam com o mundo, entre si e com os lugares onde vivem. Não só o mercado fonográfico entrou em declínio, mas todas as formas que restringiam as fronteiras, o acesso e a padronização. Até o início dos anos 2000, a globalização, como agente do processo de

---

<sup>29</sup> A BaianaSystem é um projeto idealizado em Salvador, por Roberto Barreto (produtor musical, guitarrista e jornalista), com o objetivo de explorar as possibilidades sonoras da Guitarra Baiana aliadas à música urbana com influência brasileira, africana e jamaicana. Com o primeiro CD lançado em 2009. Outra marca do grupo com formação principal de Russo Passapusso, Japa System e Marcelo Seco são as diversas combinações sonoras, colagens a partir de bases rítmicas já existentes, com referências nos *sound system*'s.

<sup>30</sup> Formada por Fábio Cascadura em 1992, a banda que representa o cenário do rock independente baiano já conquistou diversos prêmios e participou de eventos musicais de grande porte, tornando-se referência nacional. Com quatro CD's lançados, o grupo possui em suas canções, todas de autoria do seu membro-fundador, referências que vão do jazz, hard rock e indie rock norte-americano até as referências do rock nacional. Em seu último trabalho, o disco Aleluia, reuniu a formação da banda com Tiago Trad, Du Txai, Cadinho e Jô Estrada. Um projeto diferenciado que destaca em suas letras e arranjos o cenário urbano e rítmico de Salvador.

<sup>31</sup> Criado em 2005, o grupo Opanijé, surgiu com a proposta de promover a cultura negra e as heranças africanas pelas letras de rap e sonoridades experimentais derivadas do hip hop, música eletrônica e percussiva. Formado por Lázaro Erê, Rone Dum-Dum, Dj Chiba D e repertório autoral, lançou seu primeiro CD em 2013, produzido por André T. Mesmo produtor musical dos discos de BaianaSystem e Cascadura.

mundialização da cultura, era a principal via de análise. A predominância da língua inglesa e a relação hegemônica dos Estados Unidos frente às demais nações influenciou sobremaneira o consumo da música popular. Segundo Ortiz (1994), o idioma era utilizado como ícone de diferenciação com relação à música local. “As trocas internacionais não são, porém, simples intercâmbios econômicos, elas determinam uma escala de avaliação, na qual os elementos específicos, nacionais ou regionais, são rebaixados à categoria de localismo” (ORTIZ, 1994, p.202).

A música local, então, passa a ser abafada pela *pop music*, veiculada pela chamada mídia de massa, a televisão, na versão brasileira do canal MTV que chegou ao país nos anos 90, trazendo uma linguagem, formato e muitas referências e conteúdo da sua matriz norte-americana.

A MTV Brasil, no começo dos anos 90, adotava na sua linguagem visual o estilo grunge, nascido na cidade de Seattle, nos Estados Unidos. As vinhetas eram constituídas por tipografia desconstruída, colagens, xerox, imagens distorcidas e mal reveladas, representando de forma gráfica o despojamento e a rebeldia que predominavam em bandas grunge, como Nirvana, Alice in Chains e Soundgarden. [...] Os músicos nacionais não tinham ainda muito espaço durante a programação, até pela quantidade reduzida de clipes brasileiros produzidos, e esse fato acabava se refletindo no próprio visual adotado pela emissora (TEIXEIRA, 2006, p 33-34).

Além da música e do videoclipe, que ao trazer uma língua diferente da que se fala e conhece volta a escuta para o som e imagem, colocando o texto em segundo plano, o cinema e a moda também foram áreas que contribuíram o culto à cultura pop mundial<sup>32</sup>, afastando o interesse do público pelo local. Porém, as tensões nunca deixaram de existir em um mundo globalizado e repleto de especificidades, o que tornava alguns padrões inviáveis para representar tanta diferença e desigualdade no campo das manifestações artísticas e culturais nas quais a música se insere.

Renato Ortiz (1994) defende a ideia de que na tradição sociológica há predominância do modelo eurocêntrico na esfera das artes gerando conflitos para países como os latinos e norte-americanos na legitimação da sua vida cultural. “Neste sentido, eu diria que não há uma etapa moderna na qual as artes ditam as normas da produção cultural, substituída por outra pós-moderna, na qual esta autoridade se debilita. Dentro desta perspectiva, maior parte do planeta

---

<sup>32</sup> Para Jeder Janotti (2016): “Cultura pop, termo criado pela crítica cultural inglesa na década de cinquenta para tentar demarcar, e até certa medida desqualificar como efêmero, o surgimento do *rock'n'roll* e o histrionismo da cultura juvenil que ali emergia, está relacionado, pelo menos nesse primeiro momento, a possibilidades de alta circulação midiática. (BARCINSKI, 2014) Como uma membrana elástica, o pop remodela e reconfigura a própria ideia de cultura popular ao fazer propagar através da cultura midiática expressões culturais de ordem diversas como filmes, seriados, músicas e quadrinhos. (JANOTTI JR., Jeder).

sempre foi pós-moderna, pois tal ideal jamais se realizou” (ORTIZ, 1994, p.192). Assim, entram em cena o multiculturalismo<sup>33</sup>, transculturalismo<sup>34</sup> e hibridismo<sup>35</sup> pensados por autores pós-estruturalistas ou pós-modernos, que deslocam o olhar para as minorias e processos interculturais.

No caso da Bahia, a estética afro-baiana que, segundo Goli Guerreiro (2000), obteve uma representação mais visível nos blocos afro da década de 80, retornou como ícone de distinção local, além de outras marcas de pertencimento que se refletiram nos três grupos musicais analisados nesta pesquisa. A influência do carnaval, da guitarra baiana<sup>36</sup>, dos ritmos locais como samba, arrocha, pagode, enfim, conectada a outros elementos mundiais de diferença cultural da América Latina e do Norte, do Oriente e da África, principalmente pelos países banhados pelo Atlântico, chama atenção para as narrativas do que se tem denominado Nova Música Baiana. Ainda segundo Guerreiro (2010), essas conexões ocorreram dentro do que ela compreende como Terceira Diáspora: “é o deslocamento de signos, textos, sons e imagens – provocado pelo circuito de comunicação. Potencializado pela globalização eletrônica e pela web, coloca em conexão digital os repertórios culturais de cidades atlânticas – ícones, modos, músicas, filmes, cabelos, gestos, livros” (GUERREIRO, 2010, p.8). Esse conceito revela que, na *web*, o texto é potencializado.

Para Dominique Maiguenau (2013), “tende-se a falar de “texto” quando se fala de produções verbais orais ou escritas, estruturadas de forma a perdurarem, a se repetirem, a circularem longe de seu contexto original” (2013, p.64). Portanto, nunca se escreveu tanto com tão poucas palavras em tais ferramentas, além do uso de muitas imagens e sons. A facilidade de produção e difusão no meio digital, a associação com a imagem, a oralidade fora dos livros, da escola, as palavras que o jovem tem vontade de expressar e, no caso da música local, a expressão de tudo que se relaciona diretamente com o seu contexto social, atribuía uma dinâmica real da cidade.

---

<sup>33</sup> Stuart Hall (2003) distingue Multiculturalismo de Multicultural em que a primeira palavra “Refere-se às estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais” (HALL, 2003, p. 52). Já o termo Multicultural é plural por natureza, refere-se às sociedades culturalmente heterogêneas.

<sup>34</sup>Malinovski citado por Vianna (1995, p. 171), afirma que transculturalismo “[...] é um processo no qual se dá sempre qualquer coisa em troca do que se recebe [...]. É um processo no qual ambas as partes da equação saem modificadas. Um processo a partir do qual emerge uma nova realidade, composta e complexa, uma realidade que não é nem aglomeração mecânica dos caracteres, nem um mosaico, mas trata-se de um fenômeno novo, original e independente.”

<sup>35</sup> Nestor Canclini (1990) conclui em seu livro *Culturas Híbridas* que todas as culturas hoje são de fronteira. Todas as artes, artesanatos, músicas, filmes que retratam um povo são intercambiados com outros. Para ele as culturas perdem a noção exclusiva de território, abrindo espaço para a comunicação e conhecimento.

<sup>36</sup> Criada por Dodô e Osmar na década de 70, tornou-se ícone do Carnaval de Salvador e dos trios elétricos.

Atualmente, não se observa uma predominância do *rock* enquanto estilo musical sólido, fechado a certos grupos, ou mesmo autêntico, como características principais, mas a atitude e as estratégias do *rock* ainda têm repercussão considerável no contexto cultural. Seu caráter transgressor, e ao mesmo tempo libertário, confere um tom mais livre ao artista permitindo-o fazer o que bem entender, principalmente misturar referências e ritmos. A ideia de ser mais livre nas formas de se comunicar e usar os formatos comerciais convencionais reflete-se nos novos trabalhos e no novo público, que não está mais preocupado com o gênero musical que o representa, mas com a agenda de diversas categorias culturais que certa música engendra para atender aos diversos papéis sociais e enquadramentos grupais que cada indivíduo desempenha em suas neotribos (MAFFESOLI, 1998).

Passamos, assim, à análise das estratégias de três grupos locais que representam esse momento, cujo local passa a ser mais valorizado pela cultura jovem urbana para além da ideia mundializada do *rock* e da música *pop*. Como ponto de partida, toma-se a característica comum dos grupos no mesmo período da análise. Todos estavam imersos em projetos que enfatizavam o uso das plataformas digitais e *on-line* para armazenamento e difusão do conteúdo.

Outro ponto a observar é a relação que as bandas têm com o disco, com o fonograma em sua forma estrutural, conceitual e física transpostas agora para o mundo virtual. Todos os grupos lançaram, a princípio, seus discos em forma virtual<sup>37</sup> para o *download* gratuito sem a produção e adotaram as redes sociais como principal forma de autopromoção. *Sites* de redes sociais, *blogs*, entre outros, criados pelos grupos BaianaSystem, Cascadura e Opanijé assumiram o papel de atores sociais na construção de uma narrativa mais original, na representação de si como um celeiro de recortes e colagens.

### 3.1. O grupo BaianaSystem e a ressignificação da Axé Music

O BaianaSystem não tem um formato definido, podendo assumir variadas formações. A ideia principal é que a guitarra baiana interaja num formato de 'Live P. A.' com um DJ que assuma as bases sampleadas e/ou tocadas, fazendo inserções de sons e efeitos com liberdade de improvisos, utilizando-se de recursos como camadas efeitos e loops, numa concepção que também se inspira na liberdade e psicodelia do Dub. (BARRETO apud GUERREIRO, 2010, p. 39).

O jornalista e guitarrista Roberto Barreto foi um dos integrantes e idealizadores da banda BaianaSystem. Com *know how* de diversos projetos bem-sucedidos no ramo musical, como a

---

<sup>37</sup> Depois, os CDs e vinis viriam a ser produzidos em menor escala por selos associados a sites e revistas.

Timbalada e Lampirônicos, o grupo tem como fundamento de sua proposta a comunicação estratégica para a concepção de um trabalho conceitual, midiático e atualizado quanto ao uso das mídias do momento. Além de Roberto, o projeto é formado por Russo Passapusso (vocal), Marcelo Seco (baixo), além das colaborações e participações dos percussionistas JapaSystem e Icaro Sá, dos DJs e produtores Mahal Pitta, João Meirelles, Chico Corrêa e Junix (guitarra).

A assinatura da direção criativa é de Felipe Cartaxo, responsável por gerar imagens que contemplam toda a proposta musical híbrida, contemporânea e a presença marcante na *web*. Este resultado se deu a partir de um investimento na passagem do *off-line* para o *on-line* de seus atores, que criaram conexões musicais imprescindíveis para o sucesso do trabalho com outros músicos da Bahia e de outras regiões. Este dado possibilitou a expansão de uma ampla rede com o público, através de *links*, imagens e textos compartilhados.

Dentre as mídias sociais utilizadas, no período da análise, estão o Myspace, Youtube, o microblog Twitter e o *site* de rede social Facebook. Esses são os ambientes que representam e desenvolvem as narrativas diversificadas desse caldeirão de ritmos e referências que culmina na resignificação do que se compreendia como cena musical alternativa baiana até então possibilitada pela imersão na experiência do Carnaval, que era a principal referência musical local assumida pela Axé Music. Apesar de não abraçarem rótulos e assumindo-se experimental, sempre que eram questionados sobre o nome da banda, o cantor Russo Passapusso<sup>38</sup> respondia que a utilização do termo baiana, no feminino, por ser o adjetivo ligado à cultura. Logo, o fator da localidade e a relação com o lugar onde vivem comparece em todo trabalho do grupo. De fato, o nome se coloca como um aspecto de grande relevância para se pensar enquanto grupo, ou seja, que compartilham da mesma cultura.

Na realidade, a relação com a cultura jamaicana, *sound system* e com o audiovisual começou antes mesmo da BaianaSystem. Um de seus integrantes atuou com o Ministereo

---

<sup>38</sup> Entrevista concedida pelo grupo BaianaSystem durante o evento Bahia Criativa, em março de 2015, à pesquisadora.

Público, que se denomina uma equipe de som especializada em *reggae*<sup>39</sup>, *dub*<sup>40</sup>, *ragga*<sup>41</sup>, *dancehall*<sup>42</sup> e *jungle*<sup>43</sup>. Russo Passapusso participou deste grupo desde o início dos anos 2000 e, com Fael Primeiro, artista visual que também promove o grafite nas ocupações em ruas, praças, bairros, cidades, casas noturnas partilhou do mesmo ideal de fortalecimento da cultura dos sistemas de som. A equipe ainda conta com outros integrantes, os Djs Pureza e Raiz. Portanto, a ideia era ocupar/tocar nos guetos da cidade. Russo relata, em muitas de suas conversas, as dificuldades que tinham para comprar equipamento e conseguir autorização para tocar. Eles não tinham recursos próprios para custear apresentações em casas e espaços como os do Rio Vermelho e Pelourinho, por exemplo.

Deste modo, ele pontua a importância de servir como inspiração e cuja participação (junto a Fael Primeiro) no *Meeting Of Favela*, evento que reúne grafite, dança de B-boys, *hip hop*, trabalhos de videomakers e fotógrafos em Duque de Caxias, desde 2006, no Rio de Janeiro, aumentava mais a repercussão do trabalho. No Rio de Janeiro, inclusive, Russo teve contato com a cultura pós-Planet Hemp e Black Alien. Já em Salvador, o Ministereo tocou em 12

---

<sup>39</sup> Para Roy Shuker: Reggae initially developed in the 1950s when Jamaican musicians combined indigenous folk music with jazz, African and Caribbean rhythms, and New Orleans R&B. The resultant hybrid was ska. In the early 1960s, ska was exported to the UK, with some chart success: the Skatalites; Millie Small. In the mid-1960s, influenced by American soul music, ska's hyper rhythms gave way to the slower, loping beats of rocksteady. Around the end of the 1960s, these styles of Jamaican popular music came to be known as reggae, which 'embellished the bedrock rhythms of ska and rocksteady with political and social lyrics, often influenced by Rastafarianism, racial pride, and the turbulent Jamaican political climate (SHUKER, 2017, p. 288).

Para Roy Shuker "O Reggae é o termo coletivo para um número de formas sucessivas de música popular jamaicana, incluindo ska, dancehall dub reggae e rocksteady. Popular nos mercados anglo-americanos desde a década de 1960, e agora internacionalmente evidente, o reggae teve influência sobre música popular amplamente desproporcional ao seu sucesso comercial limitado. O Reggae está fortemente associado ao Rastafari, considerado como um movimento social, um culto religioso e uma subcultura (ver entrada separada). O Reggae se desenvolveu inicialmente na década de 1950 quando músicos jamaicanos combinaram música folclórica indígena com jazz, ritmos africanos e caribenhos e o R & B de New Orleans" (SHUKER, 2017, p. 288, tradução nossa).

<sup>40</sup> Conforme o site ALL MUSIC (2017), Dub deriva da prática de dublagem de versões instrumentais e orientadas para o ritmo das músicas do reggae para os lados B de singles em 45 rpm, nos quais os engenheiros de som testavam novas possibilidades de mixagem.

<sup>41</sup> De acordo com o site ALL MUSIC (2017), Ragga é a abreviação de raggamuffin, termo da cultura jovem de Kingston, Jamaica, que deu nome ao estilo musical nos anos 80. Pode-se tratar de um reggae acrescido com bases digitais, ritmos sintetizados, associado ao dancehall, tendo incorporado o hip-hop nos Estados Unidos e influenciado a cena drum n`bass no Reino Unido. Além do DJ tem a participação de vocais.

<sup>42</sup> Segundo o site ALL MUSIC (2017), o Dancehall desenvolveu-se nos anos 80 como o ragamuffin, estilo híbrido com um DJ ou "sing-jay" (DJ que faz vocais). A estrutura musical está enraizada no reggae, embora os ritmos, interpretados pelas máquinas, sejam consideravelmente mais rápidos. Um de seus principais representantes é o Shabba Ranks.

<sup>43</sup> Como explica o site ALL MUSIC (2017), jungle é um ritmo da Inglaterra, também conhecido como drum'n'bass. Uma mutação do techno hardcore que emergiu no início dos anos 90, jungle é o complexo mais rítmico de todas as formas de techno, extremamente rápido. Tem mais influência do reggae, dub e R & B.

favelas da cidade e observavam que as meninas que dançavam pagode mexiam o corpo como *raggamuffin* e vice-versa, pois dançavam o *ragga* como pagode.

A partir destas iniciativas foram construindo uma rede importante de conhecimentos com músicos que tocavam em *shows* de Mano Chao, BNegão e os Seletores de Frequência, Natiruts, The Congos, Céu, Alpha Blond, Ponto de Equilíbrio, Lucas Santtana, Lazzo Matumbi, Buguinha Dub. Em São Paulo visitaram pessoas que estavam ressignificando o *reggae* e retornaram da capital paulista tendo feito contato com muitos estrangeiros quando, então, começaram a tocar em boates, casas noturnas da cena alternativa, como World Bar, na Barra, Zauber, no Pelourinho.

Russo não cantava em inglês e tinha como referência o samba. O vocalista destacou o surgimento do movimento *groove* na Bahia, espécie de pós-*rock*, sob influência dos engenheiros de som da Jamaica que distorciam os áudios resultando no que veio a ser chamado de *Dubstep*<sup>44</sup>. A partir daí houve o encontro com Roberto Barreto, no período em que ele produzia o programa Rádio África, sobre música africana, na Rádio Educadora. Em conversa com o grupo, eles contaram que a ideia da banda BaianaSystem surgiu como um projeto audiovisual a partir do encontro com o baixista Marcelo Seco, no Rio Vermelho. A proposta não agregava apenas o instrumental jamaicano. Para eles, o *Sound System* tinha a ver com o trio elétrico do Carnaval, com a guitarra baiana, com as festas de largo, com a musicalidade de Ramiro Mussoto, com o Samba Reggae das ruas de Salvador, com o *dancehall* e o *groove* arrastado (espécie de pagode que desacelera), além da cítara indiana e tablas. Ou seja, essa cultura diversificada dos sistemas de som tinha referência nas músicas longas, como *jazz*, mas com base no improviso, o *Raggamuffin*, um ritmo mais rápido como a tecnologia, o *ragga*, samba repente. Tiveram referência também dos encontros de tambor dos guetos, como aqueles que ocorriam no Bairro da Paz, além de festivais de música internacionais. Tudo isso estava associado à ideia de fazer músicas com imagem.

Dessa forma BaianaSystem aciona determinadas experiências em seu público e fomenta alianças que a inserem em um determinado território afetivo e musical que possibilita a incorporação de diversos elementos da cultura baiana como festa de largo, carnaval, pagode, arrocha, uma discussão sobre a cidade dentro de um diálogo com elementos cosmopolitas de uma estética global como bases eletrônicas, soundsystem, dub, cumbia e outros elementos visuais, identitários e políticos que possibilitam ao projeto inserir essas experiências entre dois territórios o local e o global em um intenso e provocativo diálogo sobre o que quer e o que pode a música pop global (VLADI, 2016).

---

<sup>44</sup> Dub mais acelerado.

Assim, pode-se afirmar que a proposta da BaianaSystem, de um modo geral, promove a ressignificação do ambiente cultural urbano. É pela música que a banda passa a representar um novo momento da cultura urbana e musical de Salvador.

No ano de 2010 havia um disco que circulava *on-line* para *download* que foi produzido por André T com participações de BNegão, Lucas Santtana, Roberto Mendes, Gerônimo, Toni Duarte e Betinho Macedo (baixo), Kabo Duca e Mamá Soares (percussão), Letieres Leite (caxixis) e Emanuel Venâncio (bateria). Nesse mesmo ano, a banda tocou oficialmente no Carnaval de Salvador e também no trio, como convidados. Nenhum dos demais convidados eram grandes astros consagrados da Axé Music, mas novos nomes que compartilhavam o espaço com alguns outros já conhecidos da música brasileira e que eram mais ligados ao *pop*, ao *hip hop*, como o baiano Lucas Santtana e o carioca BNegão, os argentinos e Ramiro Musotto e Mincho Garramone, ambos produtores musicais e multi-instrumentistas. A banda se apresentou sem cordas, sem abadá e em um esquema democrático e aberto a todos os foliões.

A ideia de pensar o principal meio de divulgação e consolidação da Guitarra Baiana (o trio elétrico) como um tipo especial de Sound System (divulgador do Dub), traz uma nova forma de pensá-la, explorando mais suas possibilidades de timbragem e a interação com a produção das bases rítmicas, onde a linguagem e a filosofia das 'colagens', do recriar a partir do existente, se tornam o desafio do BaianaSystem (BARRETO apud GUERREIRO, 2010, p. 39).

Estava clara a referência da improvisação e experimentação, tanto instrumental quanto vocal, como espécie de fôlego criativo encontrado em ritmos como o *jazz* costurado ao *hip hop*, à guitarra baiana e à percussão afro latina. No som da BaianaSystem, a ideia de trânsito ou de movimento, ou seja, de que a música nunca estava pronta, acompanhava o percurso dos trios e chegava aos palcos. Sempre restava uma novidade fosse nos arranjos, nas letras, uma música que se colava em outra e assim sucessivamente, ou ainda na participação de um músico que sempre engatava outro músico. No mesmo ano, a banda passou a se apresentar nos circuitos de São Paulo e Salvador, como a Caixa Cultural e a Conexão Vivo, evento em parceria com o Faz Cultura, que acontecia no bairro da Pituba. A partir daí, houve um grande salto para a internacionalização e a banda seguiu para uma apresentação em Xangai, com o Ilê Ayê e no Festival Womex, na Dinamarca.

Ao chegarem na China, os músicos travaram contato com certos elementos de uma nova cultura, perpassada por referenciais do culto à natureza e à espiritualidade. Esta experiência reforçou, por exemplo, a distribuição de máscaras impressas para o uso do público e também nas projeções visuais. Xangai reafirmou a conexão da BaianaSystem com o audiovisual de modo altamente tecnológico, que preza pela qualidade técnica do palco, de áudio e vídeo.

Assim, a banda trocou conhecimento com os técnicos e percebeu um público diferenciado de Salvador com crianças e idosos.

É importante ressaltar que, a forma como a internacionalização se deu reflete as ideologias do grupo a respeito de economia, política e da cultura. Ao optarem por visitar, em primeiro lugar, países fora do eixo europeu e norte-americano, eles puderam experimentar a valorização da sua música em outros espaços. Ao mesmo tempo que se mantinham independente de gravadoras e dos grandes selos, a internacionalização pôde se dar ainda mais rapidamente pelas redes sociais, pelos shows e pela “autopirataria”, uma vez que o próprio grupo se autodenominava piratas. Os discos eram produzidos em menor escala e comercializados nas bancas montadas em *shows* e o trio elétrico em que desfilavam, no Carnaval, também era conhecido como Navio Pirata. Com isso, o *off-line* convergia para os ideais do *cyberpunk* e da cibecultura.

Nestes exemplos, nota-se que as estratégias de autopromoção, além da atitude subterrânea, pirata e marginal, se assemelhavam às práticas da cena chamada *underground*, mais ligadas ao *rock*, *punk rock* e *indie rock*. Neste contexto, a tecnologia e o uso de redes e mídias sociais atualizam e complementam suas táticas comunicacionais, agora concentradas na maior parte do esforço para se manter presente, e *on-line*, o mais próximo possível do público. Portanto, todas as informações da BaianaSystem estavam concentradas em seus perfis do Twitter e Facebook.

É possível notar que todas as informações sobre o grupo se encontravam nos *tweets*<sup>45</sup> e *posts* do Facebook. *Links* de notícias, críticas sobre o grupo, *links* de músicas disponíveis gratuitamente, muitas fotos de *shows*, parceiros musicais, equipe e muitos vídeos, tudo estava disponibilizado. Para a banda BaianaSystem, a imagem era o norte para a experimentação na música no intuito de elaborar um trabalho contemplativo. A música imagética da BaianaSystem toma formas minimalistas que libertavam, segundo eles, justamente por não se definirem em um único sentido. Ao mesmo tempo, estes materiais promoviam as referências festivas, carnavalescas, musicais e culturais do grupo. As vinhetas e os videoclipes, por exemplo, eram usados como vias para contemplação da música.

Desde que experimentaram a inversão de circuitos de receptores de TV usados pelo artista Nam June Paik, precursor da vídeo-arte nos anos 60, cujas caixas geravam imagens sintéticas e distorcidas, o sistema figurativo e a representação fiel da realidade eram distorcidos. Deste modo, o vídeo passou da vanguarda das instalações de artes plásticas para ícone da cultura

---

<sup>45</sup> Textos de 140 caracteres com links e hashtags publicados no microblog Twitter.

*pop*. A relação do vídeo com a música, em caráter experimental, sempre foi muito forte desde que o coreano utilizou *samplers* de teclado para reger imagens e formas geométricas à rostos distorcidos, o que resultou no videoclipe. Amplamente utilizado por músicos e bandas como um tipo de produto audiovisual para potencializar e comercializar suas músicas, este recurso apresentou ao mundo uma estética disruptiva, ou seja, descolada da narrativa linear cinematográfica, pois privilegiava o pastiche, a repetição, a aceleração, cortes secos, a distorção, mas também a massificação de artistas e suas performances.

Arlindo Machado (1995) retoma uma definição feita por Walter Salles Jr., na qual o clipe é considerado conjunto de “imagens dissociadas” que transmitem sensações impulsionadas pela edição e ritmo da música. Assim como utilizam as máquinas para programar os *samplers* das suas músicas, criar as artes visuais, os artistas usam estes mesmos recursos como meio de comunicação com seu público. Assim, é possível obter o retorno instantâneo, principalmente, por meio de comentários e compartilhamentos.

A internet passa a ser, portanto, a mídia principal de divulgação das plataformas, mas serve também como suporte de áudio e vídeo, *sites* para *download* gratuito dos discos e das redes sociais. Para os integrantes da banda, a presença de cada integrante do grupo, nas redes sociais, não se dissocia do papel de artista, ao contrário, os colocam em uma condição considerada mais importante, pois coloca o foco desse trabalho nos perfis dos grupos e não dos integrantes. Deste modo, criam certa estética, um perfil com múltiplas características e ideologias que pode ser seguido por muitos usuários das redes.

Outro aspecto importante é indicar que a banda tocou em New Orleans, Cleveland e Bourbon Street. Desta experiência, ressaltaram a relação com o negro que, nos lugares onde predomina a cultura *hip hop*, há também a forte relação com a ancestralidade africana de voduns, antropofagia e máscaras. Assim, puderam comparar esses redutos dos negros com outros como o Pelourinho, na Bahia, local também afetado pela segregação, onde a realidade das ruas, para os negros, é mais livre para a expressão, porém diferente do que é visto dentro dos festivais cuja maioria do público é branca e os negros ocupam o lugar do trabalho.

Ao contrário, nos Estados Unidos, a banda buscou uma experiência a partir do contato com expressões musicais, lugares e pessoas que, de alguma forma, representavam a minoria daqueles lugares, como bairros com predominância afrodescendente e manifestações mais intensas a partir do *jazz* e o *hip hop*, conjunto conhecido como cultura dos guetos, marginalizados e deslocados. Portanto, para o grupo, os maiores aprendizados destas experiências se encontraram nas ruas, e não nos festivais.

O pesquisador Paulo Miguez (2005) destacou, em seus estudos, o potencial cultural inovador e cosmopolita da Bahia, principalmente pelas festas e músicas, tendo o Carnaval e o Tropicalismo como exemplos mais conhecidos.

E talvez esteja aí um dos traços mais grossos da formação cultural baiana: a sua capacidade de oferecer-se como um território de proveitosos diálogos entre tradição e modernidade – desse ponto de vista é emblemático o percurso da folia carnavalesca na Bahia: nascida do entrudo lusitano, modifica-se pela mão africana, é reinventada pela trioeletrificação baiana e de fenômeno da cultura passa a mercadoria e mercado de muitos negócios e negociantes (MIGUEZ, 2005, p. 107).

É importante reter desta discussão a possibilidade de tratar a BaianaSystem como um produto pós Axé, que só foi viável em um momento em que a maior festa de rua do mundo, o Carnaval, mais precisava de uma inovação ideológica, musical e também mercadológica em Salvador. Contudo, não se trata de uma manifestação radicalmente inovadora, haja visto que músicos como Caetano Veloso, Novos Baianos e Luiz Caldas já ousaram ao levar o *rock n'roll* e outras referências para o trio elétrico. Porém, indicar que a banda local BaianaSystem representou um frescor dos anos 60 e 70, como há muito tempo não se experimentava na avenida comandada pela linearidade e pouca originalidade de outras bandas, é um aspecto considerável neste contexto.

Por fim, vale ressaltar que neste mesmo período já havia baixa expectativa sobre o que era produzido pela indústria do Axé e outros gêneros incorporados pela cultura carnavalesca, tais como o pagode e o arrocha. Um projeto conceitual, artístico e ideológico que se sustenta em múltiplas linguagens e plataformas, em constante trânsito com a ideia do Carnaval, do improviso e do sistema de som era algo realmente inovador neste cenário.

### **3.2. O grupo Cascadura e o rock baiano afrodescendente**

O carnaval eletrificado da Bahia era uma força avassaladora só conhecida dos habitantes de Salvador. Encorajou-nos a eletrificar nossa música e nos ajudou a chegar perto do rock por caminho muito nosso. E o rock entrou no carnaval, com os trios soando entre heavy metal e progressivo a partir dos anos 1970. A história do rock na Bahia é intensa e rica — e, embora roqueiros precisem opor-se ao carnaval, ela não existe sem reconhecer-se nele. Não apenas Raul, Marcelo Nova e Pitty saíram para o mundo gritando o rock soteropolitano: o rock já tinha entrado na circulação sanguínea do próprio carnaval. Quero ser justo: um dos melhores discos de rock brasileiro de sempre é o novo do Cascadura, “Aleluia”. Eles nunca esmoreceram. Agora trazem um trabalho extenso e denso, com rítmica complexa, timbres ricos e interpretações espetaculares de Fábio (VELOSO em entrevista ao O Globo, 2013).

É com essa citação de Caetano Veloso que buscamos desenvolver o tom deste tópico. Ícone da Música Popular Brasileira e agitador da Tropicália, Caetano não só influenciou o grupo

Cascadura em suas estratégias de comunicação na internet como, ao registrar seu juízo de valor, promoveu uma conexão com a banda de *rock*. Esta associação com sua imagem musical referencial, além da atitude irreverente, que ultrapassa as barreiras de idade e rótulo, fez de Caetano inspirador do grupo. Em entrevista concedida pelo ex-baterista da banda, Thiago Trad<sup>46</sup>, ele relatou que a influência de Caetano nas estratégias da internet, especialmente para o lançamento do disco *Aleluia*, em 8 de maio de 2012, obteve uma importância enquanto instrumento de comunicação. Além disso, levantou aspectos que diferenciavam este trabalho dos demais, sobretudo no que diz respeito à relação da banda com o conceito de *rock* e música *pop* e popular.

A banda Cascadura, cuja primeira formação data de 1992, sempre esteve ligada à cena musical alternativa local através do *rock* na cidade. Porém, com uma proposta influenciada pelo *hard rock* de garagem, um estilo mais psicodélico dos anos 70, além da carga de *blues* e *jazz*, a banda se firmou na cena alternativa por amizades e alianças que se estabeleciam com as cenas independentes, como o *hardcore*, o *trash metal*, *death metal*, *reggae* e depois o *rap*, e por conta também das logísticas de *shows*. No entanto, houve uma época em que essas alianças eram restritas ao *rock* e a algumas especificidades comerciais que colocavam as bandas que transitavam por outros estilos ou lugares - e mesmo aquelas com alguma visibilidade midiática e apoio de gravadora -, à parte da cena.

Thiago Trad cita ainda o caso da banda Catapulta (1995), que mesclava elementos regionais como o baião, a capoeira e o *manguebeat* ao *rock*. Deste modo, a banda ficava ainda mais à parte da cena *underground*. A Catapulta foi considerada *mainstream* por conta de sua circulação no eixo nacional, e também porque esteve amparada pela gravadora do seu primeiro disco, a holandesa Roadrunner Records. Além disso, tinham a direção musical de Miranda, produtor de bandas como Raimundos e Cordel do Fogo Encantado. Thiago destacou também como a atitude contestadora e transgressora, na verdade, sempre esteve aliada à cena *rock* alternativa baiana, como por exemplo, a forte presença feminina em bandas como Inkoma, que tinha participação de Pitty, Nancytta e os Grazzers, Crack, Lou, Urro Selvagem, da fundadora do clube do *rock*, ainda em um universo institucionalizado como masculino e agressivo.

Dentre as formações da Cascadura, vale ressaltar, passaram nomes como Ivan Oliveira, Paulinho Oliveira, Ricardo Flash Thiago Aziz. A última formação, com Fábio Cascadura (voz e guitarra), Thiago Trad (bateria), Du Txai (guitarra e voz), Cadinho (baixo e voz), Nielton Marinho (percussão) e participação Jô Estrada, além do produtor musical André T, foi a que

---

<sup>46</sup> Em entrevista concedida à pesquisadora, em julho de 2017, em Salvador.

contribuiu para a fase mais híbrida da banda de rock baiano, como fazia questão de frisar o próprio Fábio.

Com a entrada de Thiago Trad, em 2004, ainda no disco *Vivendo em Grande Estilo*, houve uma renovação na banda. O próprio Thiago, junto com Fábio, passou a assumir o papel de alimentar a banda com novas referências pelo fato de serem, também, pesquisadores, já que Thiago cursava música e Fábio cursava história, ambos na Universidade Federal da Bahia. A diferença de idade, sendo Thiago dez anos mais novo do que Fábio colaborou para que ele se relacionasse bem com o líder da banda mostrando a importância do uso das novas tecnologias da internet. Foi assim que eles vislumbraram, na internet, a oportunidade de manter o trabalho da banda visível. Como Fábio era também o escritor e autor de todas as músicas, rapidamente passou assumir a escrita nos perfis da Cascadura, nas mídias e redes sociais.

Segundo Thiago, a Cascadura vivenciou a transição entre o *off-line* e o estabelecimento da internet. Para ele, a banda foi uma das últimas que obteve um disco lançado em produto físico sem o apoio de uma grande gravadora com circulação nacional (se referindo ao Bogary, em 2006), que foi publicado na Revista Outra Coisa. Ele observa que, desde essa época, o CD deixava de ser o principal meio de divulgação dos artistas.

Nesse intervalo, após o Bogary, eles começaram a produzir o disco *Aleluia*, ainda tentando entender a comunicação *on-line*. No início, diz ele, não havia plataformas tão conhecidas e segmentadas para disponibilizar arquivos de música, como se tem hoje o Deezer ou Spotify, por exemplo. O Myspace, em 2010, já havia perdido sua popularidade. O lançamento *on-line* do *Aleluia* resultou de uma mudança de estratégia. Segundo ele, a ideia era lançar, como formato principal, o CD físico duplo com um projeto gráfico conceitual para a capa e o encarte, porém um atraso no processo de fabricação junto ao selo levou a banda a acreditar que perderia o *timing* do projeto, fazendo-a adotar o lançamento da versão mp3 para *download* gratuito. Até então, eles consideravam mais importante a materialização do disco do que o simples compartilhamento do *link* para *download* nas redes sociais, por conta do projeto gráfico, da quantidade de músicas, e por se tratar de um produto material mesmo. Porém, como já haviam lançado *A Ponte*, *blog* inspirado no “*Obra em Progresso*” (2008), de Caetano Veloso, que funcionava como um diário sobre o processo de composição e gravação das músicas, isso criou expectativa e manteve o público informado.

Segundo Luciano Sá, no *blog* *Overmundo* (2009), as visitas e leituras ao *blog* *Obra em Progresso*, do cantor, compositor e escritor Caetano Veloso acabaram funcionando como elemento atestador de que o artista se humaniza diante de outros internautas, “possibilitando um espaço de comunicação entre os interagentes, além de proporcionar a discussão e o diálogo,

o processo de debate e a invenção cooperada” (VELOSO apud OVERMUNDO, 2009). Pode-se, então, afirmar que Caetano Veloso instaurou um modelo de atuação a serviço da música ao publicar uma crítica positiva do disco do grupo Cascadura, o que lhe atribuiu significativo capital social.

Outro ponto a considerar é que, para Thiago, entre 2010 e 2013, os usuários de internet eram consumidores e produtores de música que estavam se adaptando às novas formas de acesso e linguagem, totalmente virtuais. Fábio, mesmo com a diferença de idade, dominou muito bem as ferramentas e estudou bastante. O *insight* para o lançamento do disco virtual foi um exemplo dessa compreensão dos formatos ao disponibilizá-los para o *download*. A banda criou uma plataforma própria dentro do *blog* A Ponte e ainda disponibilizou uma versão com a qualidade mais alta que requeria maior banda larga e velocidade de *download*, e outro arquivo mais leve, com a justificativa de que, em 2012, o acesso à internet doméstica com uma qualidade razoável como 20 MB<sup>47</sup> ainda não era tão acessível a todas as camadas da população da Bahia e do Brasil. Ao monitorar, detectaram a faixa de dez mil *downloads* em poucos dias; marca de distribuição que demoraram muito de atingir com o Bogary (2006), no lançamento físico. Vale ressaltar que, em 2011, segundo o Relatório Nielsen (TECTUDO, 2011), Salvador era uma das capitais com a taxa de downloads considerada boa, de 8,98 Mbps, o que favoreceu o resultado de downloads, entre vinte dias, um mês, número próximo ao obtido nos quatro anos de distribuição física do disco anterior, segundo Thiago Trad (2017). Tal resultado também comprova a mudança de comportamento dos artistas locais para atenderem o seu público presente online.

A ideia da banda era ressaltar que a acessibilidade é um dos princípios do marketing digital. Por isso, ficou claro que a adoção da estratégia digital foi o que permitiu que obtivessem a velocidade em resultados positivos. Como relatou Thiago, é preciso lembrar que este foi um dos discos das bandas baianas com maior repercussão *on-line*. Nos três primeiros dias, eles puderam notar o alto índice de compartilhamento durante um bom tempo. Para ele, sem a internet, a banda teria perdido força naquele momento, não teria alcançado tamanho resultado nem conseguiria voltar a fazer *shows*, pois não haveria trabalho novo para tocar. Na era da experiência e do afeto, o usuário, também consumidor e fã da banda, se sente atendido, acolhido. A partir daí, toda a difusão de conteúdo sobre o disco refletiria na imagem da banda. Reconfigurada como o novo *rock* baiano, a banda passou a tratar de temas como história, geografia, ambiência estética urbana e a grande importância da cultura afro-baiana.

---

<sup>47</sup> De acordo com The Nielsen Company, em 2011 existiam três grupos de velocidades de navegação na internet: os de velocidade lenta, com 512 Kbps, média, com 512 Kbps a 2 Mbps, rápida, de 2 a 8 Mbps e super-rápida, com acima de 8 Mbps (LEMOS, 2011).

Quanto à proposta estética, o material gráfico do CD Aleluia foi composto por imagens do painel feito por Rodrigo Izolag e Ananda Nahu. A capa tinha fundo branco e o título Aleluia era lido em fontes vazadas que mostravam partes da ilustração revelada no encarte, que contou com imagens do painel de tinta acrílica e *spray*, juntamente com *stencil* e pintura a mão livre (NAHU, 2011). A estética afro-urbana foi transposta do conceito do álbum para as redes sociais e mostrava uma Salvador negra, cosmopolita, retratando bem a cultura jovem soteropolitana; linguagens que, segundo Thiago, o *rock* foi assimilando, conferindo certa baianidade e, ao mesmo tempo, marcando influência da *street art* norte-americana ligada aos guetos, ao *hip hop* e à música negra.

Para o baterista da banda, o Aleluia reúne um sincretismo entre o *rock* tradicional e referências dos Rolling Stones e Beatles dos anos 70, além do *stoner rock* dos anos 2000. Porém, também pode-se acrescentar um espaço para canções ao estilo Dorival Caymmi, com valorização da cidade, do soteropolitano e do baiano na narrativa, além do uso do violão e percussão. O disco contou com participações do maestro Letieres Leite e do percussionista Gabi Guedes, arranjos de sopro com participação da banda Móveis Coloniais de Acaju, além de instrumentos de música erudita, como a harpa. É um disco amplo, com vinte e duas canções que falam de Salvador de um jeito poético, mas também direto, que contempla os mais diversos estilos e, por isso mesmo, não há como estabelecer um conceito fixo.

A obra parece libertadora para o grupo. A ideia de que o índice “baiano” permite uma licença poética própria já assinala o sentido livre. E é então que Thiago defende a premissa de que não é possível comparar o que se compreende como *rock* em outros países com aquele produzido na América do Norte e Europa. Para Thiago, se a banda se libertou da questão das fardas, da fase monocromática, por outro lado, tornou a comunicação mais complexa entre fontes, imagens, textos e múltiplas referências como aquelas que ocorrem na era da internet. O Aleluia trouxe certo sentido de contemporaneidade para o que se tem de visão de *rock* ainda no Brasil, sobretudo em um momento em que os artistas estão lançando *singles*, *eps*.

Eles fizeram um álbum com vinte e duas músicas e uma embalagem que, mesmo no formato virtual, foi baseado em um projeto gráfico diferente. Esse marco provocou a discussão acerca da transgressão das tendências de consumo ainda em adaptação de *singles*, *eps*, e do audiovisual, em decorrência de uma audiência mais dispersa e repleta de opções. A partir desse aspecto fica claro que a rebeldia, o comportamento excludente mais radical, faz parte do comportamento do jovem. Portanto, a concepção do Aleluia simboliza um crescimento do grupo, uma necessidade de mudar a fórmula, de inovar, de não criar um trabalho repetitivo em relação aos outros, além de atentar para a situação social do momento, para a postura de cada

membro do grupo perante o contexto da sua cidade, bem como de sua responsabilidade enquanto agente de transformação e formador de opinião.

Pode-se atribuir essa mudança ao trabalho de Fábio como compositor e curador musical e de Thiago Trad, ambos pesquisadores em música. Eles acompanharam artistas locais promovendo essas mudanças de forma menos chocante por não se tratar, especificamente, de uma banda de *rock* como a Retrofoguetes, por exemplo, que já havia feito parceria com a Rumpilezz, orquestra especializada em toques de matrizes africanas e do candomblé.

Para Thiago, o maior ponto de ruptura com o Aleluia e com a produção discursiva gerada a partir dele, na internet, foi o fato de se tratar de uma banda de *rock* proveniente da cena mais *underground* de Salvador e que assumiu uma denominada baianidade incorporando elementos locais e afro às músicas. Em um momento em que as questões de gênero e “identidades” foram tão debatidas, eles não tiveram intenção de levantar bandeiras, mas refletiram a própria condição da banda que trazia, entre seus integrantes, afrodescendentes, incluindo o próprio vocalista Fábio, o que subvertia ainda mais os padrões comerciais da estética *pop* e *rock* desde o seu início. Ele utilizou a atitude “roqueira” para mostrar que podia fazer o que quisesse, já que o rock permitia essa liberdade rompendo certa patrulha que existia dentro da cena rock na Bahia, e em Salvador, especialmente. Pelas redes sociais, pôde-se comprovar uma certa validação e aceitação do público. Por fim, perceberam que havia uma estrutura *on-line* mais precisa e que só faltava a percepção do grupo para efetivar o deslocamento do produto final para a internet.

Quando consultado sobre o grupo estar imerso em diversas categorias, dentre elas a de banda alternativa, Trad afirmou que, *“então, alternativo, claro, porque numa cidade onde a gente basicamente atuou que só se falava em um gênero, sim. Mas acho que se fosse hoje o lançamento do Bogary por exemplo, seríamos artistas contemporâneos à BaianaSystem, às bandas que estão aí, Ifá, Larissa Luz. Enfim, essa geração de artistas que eu não acho que são alternativos. São artistas representativos, atuantes, numa cena que os consome. Então essa questão do alternativo, acho que ela existe, mas ela tá, digamos que assim, pegando a BaianaSystem como o marco, ela tá se transformando, né. E a BaianaSystem, apesar de ter elementos da Bahia, é uma banda que tem um comportamento roqueiro, transgressor. Então acho que tudo isso vai mudando o paradigma de alternativo na cidade fazendo com que as coisas fiquem mais abertas. Acho que o Cascadura foi uma banda desbravadora, uma banda, nesse sentido um pouco carreira solo, ela foi precisando criar esse mercado, inventar”*.

*“Então, dentro desse mercado que a gente inventou, compartilhado com outras bandas já, o Retrofoguetes, Ronei Jorge e toda essa cena que tava ali. Depois veio a cena do Vivendo*

*do Ócio, Velotróz, que a gente não conviveu tanto, assim, já uma fase mais dessa mudança, não foi um período mais representativo do rock da Bahia, mas teve ali o Bogary como o primeiro marco de uma banda sem gravadora conquistar um espaço nacional. Então assim, não tem como dizer que a gente foi alternativo porque a gente tava num mercado meio que forjado por nós mesmos e aonde a gente tinha, claro, um lugar de destaque. Então, eu não vejo como alternativo, eu vejo como uma banda que enfrentava um mercado em Salvador”,* complementa o músico.

### 3.3 O Grupo Opanijé e o sincretismo na música baiana

A metáfora da bricolagem obteve rapidamente grande sucesso e foi estendida a outras formas de criação cultural. Ela foi usada para caracterizar o modo de criatividade próprio das culturas populares (Certeau, 1980) e das culturas imigradas (Schnapper, 1986), assim como dos novos cultos sincréticos do terceiro mundo ou das sociedades ocidentais (CUCHE, 1999, p. 153).

A cena *hip hop* em Salvador despontou a partir dos anos 2000, sob influência e atuação principal de Lázaro Erê, também criador do grupo Opanijé, junto com seu irmão Dum Dum e o DJ Chiba. O grupo surge em 2005, com a cena de *rap* já firmada. Porém, é só em 2010 que a banda Opanijé se consolida com a gravação do seu primeiro disco.

Para eles, o diferencial estava na inclusão de elementos percussivos oriundos dos instrumentos e dos toques do candomblé derivados da África, adaptados à cultura baiana e às batidas do *rap*. Além disso, no próprio nome e nas letras das músicas, são incluídas palavras em iorubá, apresentando uma bricolagem rítmica e estética, que promove a ancestralidade africana pela religião do candomblé, pela musicalidade e pela língua, no contexto da também cultura negra do *hip hop* com forte referência norte-americana. A respeito dessas conexões, Denis Cuche afirma que,

No caso das culturas negras das Américas, a bricolagem permite preencher as lacunas da memória coletiva profundamente perturbada pela escravidão e pela transferência de local. Neste caso, a bricolagem é restauração: ela faz uma espécie de "colagem", "remendo", a partir de materiais recuperados que podem ser emprestados de diferentes culturas desde que se insiram funcionalmente no conjunto que constitui a memória coletiva (CUCHE, 1999, p. 154).

Pelas redes sociais, o grupo Opanijé operou uma mudança de comportamento de público que trazia consumidores da sua música que não se mostravam fãs de *rap*, mas que se identificavam com os refrões mais ritmados, cantados pela percussão afro-baiana acrescida e pela incursão na cultura local e nas narrativas do ponto de vista de soteropolitanos da periferia. O *rap* começou, na Bahia, nos anos 90, com forte cunho político. As reuniões ocorriam na sede

do movimento negro e alianças com sindicatos e partidos até 2003. Para Lázaro<sup>48</sup>, um dos principais responsáveis pela promoção da cena *hip hop* no estado, seu engajamento começou mesmo desde a escola, quando uma professora começou a indicar autores e leituras sobre a cultura e as questões sociais sobre o negro.

Ele relatou, em entrevista, que foi difícil ser negro e ao mesmo tempo não se identificar com a cena musical do momento, que estava ligada aos afrodescendentes, ao *samba reggae*, ao samba, o Axé e o pagode. Indicou também que houve uma abertura maior a partir dos anos 2000, com a contribuição da internet. Segundo ele, a cena ganhava uma cara própria, também com a organização de reuniões presenciais, eventos divulgados pelas comunidades virtuais e redes sociais. Logo, a expansão das redes sociais possibilitou a rápida difusão das informações do grupo.

Quando os integrantes do Opanijé ingressaram em grupos de *rap*, eles eram reconhecidos na família como músicos de banda de rock. Em paralelo, havia a confusão dos próprios donos de “loja de shopping” e vendedores a respeito do que era o *rap*, pois, por vezes, eram confundidos com o funk carioca. Era preciso especificar o termo *hip hop*. Segundo Roy Shuker (1994), o *rap* e o *hip hop* podem ser considerados um meta gênero.

Rap e o hip hop podem ser considerados metagêneros: Inicialmente parte de um estilo de dança que começou no final dos anos 1970 entre adolescentes negros e hispânicos nos bairros de Nova York, o rap tornou-se o centro musical do fenômeno cultural mais amplo do hip hop: termo amplo que englobava o social, moda, música e subcultura de dança dos jovens urbanos, negros e latinos da América dos anos 1980 e 1990 (Price, 2006: Chapter 2: The Elements apud SHUKER, 1994, p. 121, tradução nossa).<sup>49</sup>

Sobre essa confusão de gêneros musicais e desconhecimento do *rap* e *hip hop*, o grupo atribui ainda o fato de que, até os anos 90, em Salvador, tudo que era novo e possuía sonoridade diferente dos estilos já popularizados em âmbito local era associado ao *rock*. Uma cena *rock* aparecia embranquecida, formada pela classe média e alta, o que os faziam se sentir deslocados na cena rock de Salvador. Porém, por não ter outro espaço, quando começaram a tocar, faziam *shows* em eventos de *rock*.

A loja de discos Uivo, na Barra, mesmo sendo mais voltada para o rock, foi exemplo de uma impulsionadora da música eletrônica, do *rap* e *reggae*. A marca se tornou uma produtora

<sup>48</sup> Entrevista concedido por Lázaro Erê, Dum Dum e Dj Chiba à pesquisadora, em abril de 2017.

<sup>49</sup> Rap, and the hip hop culture that is a part of, can be considered a metagenre. Initially part of a dance style that began in the late 1970s among black and hispanic teenagers in New York's outer boroughs, rap became the musical centre of the broader cultural phenomenon of hip hop: broad term that encompassed the social, fashion, music, and dance subculture of America's urban, black and Latino youth of the 1980s and 1990s (Price, 2006: Chapter 2: The Elements apud SHUKER, 1994, p. 121).

de *shows*, responsável por trazer a banda de *rap* Racionais MC's pela primeira vez para Salvador, ainda em 1998. Este fato despertou olhares para uma cena quase inexistente na cidade, que impactou diretamente o grupo que teve um hiato de aproximadamente uma década na sua produção musical. Para o Opanijé, o ano da retomada do grupo assim como do movimento hip hop foi mesmo 2010 e teve a internet como principal ferramenta para potencializar essas vozes.

Novos grupos de *rap* surgiram e quem já era do movimento voltou a produzir. Músicos do *rap* dos anos 90 retornaram com novos trabalhos, tais como Da Ganja, Rangel, Versu 2, que lançaram *clipes*. Surgiu também o Nova Saga. Nessa época, notaram que o público começou a se diversificar a partir da retomada do *rap* em Salvador. Destacaram, também, que, a partir de 2010, surgiu um movimento interessante em termos musicais na Bahia, em paralelo à queda dos artistas baianos com grande repercussão na mídia e nas redes sociais da internet. Falava-se em uma reconstrução da música baiana e do termo Nova Música Baiana, entre 2009 e 2010, época em que a BaianaSystem estava despontando e o Opanijé lançou o *single* “O que eu quiser”, que era parte do CD produzido por André T, com participações de Ellen Oléria, os rappers G.O.G., Aspri e Gomez e X; Orquestra Rumpilezz; Roberto Barreto (BaianaSystem), DJ Márcio Cannibal e Sereno Loquaz e o percussionista e também do alabê<sup>50</sup> Gabi Guedes. Sem dúvida, este trabalho abriu muitas portas.

Destaca-se que o grupo sempre esteve presente na internet. Foi criado o perfil no *microblog* Twitter e criaram outro perfil no Facebook um ano depois. Pelo Myspace, o grupo ficou conhecido pelo sociólogo Hermano Vianna, referência em estudos sobre os movimentos musicais no Brasil, como o *funk* carioca, o que agregou também registros sobre o *rap*. Segundo ele, em comentário feito ao *blog* Overmundo “o encontro do hip hop com o “rumpilé”<sup>51</sup> abre muitas boas possibilidades” (VIANNA, 2009). Hermano, por se tratar de um pesquisador com amplo conhecimento em movimentos musicais da contemporaneidade, foi o ator social que conferiu ao Opanijé um valor e prestígio na internet. Autor do livro “O mundo Funk Carioca”, ele traçou um panorama de evolução da música negra norte-americana até sua influência no Brasil com o movimento Black Rio e os bailes *funk*. Da junção do *blues* dos anos 30/40 com o rock, nasce a *soul music*, que tem representantes como James Brown e Ray Charles, e que, mais tarde, se transforma em *black music*. No Brasil, a *soul music* influenciou o *funk* carioca e os blocos afros de Salvador, como o Ilê Ayê, além de assumir a postura política de luta contra o racismo, junto aos movimentos negros.

---

<sup>50</sup> Chefe dos tocadores de atabaque no candomblé.

<sup>51</sup> Junção dos três atabaques utilizados no candomblé para invocar os deuses, o rum, o rumpi e o lê.

“O soul perdia suas características de pura diversão, ‘curtição’, um fim em si (no discurso das equipes) e passava a ser um meio para se atingir um fim – a superação do racismo (no discurso do movimento negro)” (VIANNA, 1990, p. 28). Da era da discoteca às inovações da Jamaica levadas para o Bronx, a cultura do *sound systems* abriu as portas para o *rap* no mundo.

Grandmaster Flash, talvez o mais talentoso dos discípulos do DJ jamaicano, criou o “scratch”, ou seja, a utilização da agulha do toca-discos, arranhando o vinil em sentido anti-horário, como instrumento musical. Além disso, Flash entregava um microfone para que os dançarinos pudessem improvisar discursos acompanhando ritmo da música, uma espécie de repente-eletrônico que ficou conhecido como rap (VIANNA, 1990, p. 21).

Quando chegou aos Estados Unidos, o *rap* passou a integrar o universo da cultura jovem urbana negra do subúrbio que, unido ao codinome *hip hop*, se espalhou pelo mundo por meio do cinema, da moda e principalmente, da indústria fonográfica. A ideia lembra o regional e remete ao improvisado do *rap*, assim como o do *jazz*. No caso do Opanijé, a regionalização veio com uma marca mais forte pelo candomblé, tanto nas letras quanto na percussão.

Segundo Goli Guerreiro (2000), os percussionistas baianos acrescentaram os ritmos afro-cubanos e adicionaram o improvisado do *jazz* à música do candomblé nos anos 80. “O ijexá, ritmo ioruba, percutido com as mãos nos atabaques rum, rumpi e lé e tocado para todos os orixás é talvez o ritmo mais popular do candomblé, por ser bastante veiculado nos espaços profanos” (GUERREIRO, 2000, p. 58). O Opanijé uniu a força da percussão, da resistência negra e modo de vida local com a potência e o engajamento dos grupos norte-americanos para compor um estilo próprio de *rap*. E pela internet, esse arrojo chegou aos ouvidos de um de seus ídolos, o que lhe rendeu um elogio de peso em junho de 2013 no qual o MC, do Public Enemy, Chuck D., escreveu em sua conta de Twitter: “Excelente isso que o rap pelo mundo a fora tem feito, deixando o mainstream dos EUA parecerem ultrapassado”, seguido do link para o clipe da faixa Se Diz no You Tube (19.498 visualizações até domingo)” (ROCK LOCO, 2014).

O grupo é declaradamente influenciado pelo Rum D.M.C. e principalmente pelo Public Enemy. Esses grupos formados por jovens de classe média saídos da faculdade, segundo Garofalo e Waksman (2013), dominaram Nova York nos anos 80. O Public Enemy ou PE, teve grande contribuição para o engajamento social no *rap*, na luta contra o racismo e na conexão entre cultura popular e a política posicionando-se a favor de líderes como Martin Luther king, Nelson e Winnie Mandela e Malcolm X: “PE procurou promover o nacionalismo negro e a

Afrocentricidade com faixas tão atraentes e tecnicamente avançadas quanto controversas” (GAROFALO, WAKSMAN, 2013, p. 341, tradução nossa).<sup>52</sup>

Em sentido diferente, os *gangsta rappers* passaram a ser muito cultuados pelo mundo. Trata-se de *rappers* que haviam deixado a escola transitando pela dura realidade das ruas com a marginalidade e as drogas. Com grande popularidade, “Suas frustrações eram muitas vezes dirigidas um para o outro em júbilos verbais que ampliam a lógica da disputa entre Biggie e Tupac, em que os rappers lutaram sobre reputação, território e reivindicações sobre quem era o mais ‘real’” (GAROFALO, WAKSMAN, 2013, p. 398, tradução nossa).<sup>53</sup>

Essas disputas territoriais e valorativas acerca de onde vinha o *rap* mais verdadeiro ou melhor, contudo, não condizem com a proposta do Opanijé. A banda sempre esteve engajada em causas como o combate ao racismo, resistência e valorização da ancestralidade incorporando outros elementos musicais. Porém, as retaliações foram percebidas pelo grupo quando relataram alguns episódios de preconceito nas próprias cenas do *rap*, *hip hop* e principalmente no local. Chegaram a ouvir comentários pejorativos apelidando-os de “rap com macumba”. Lázaro Erê comparou esse comportamento à rixa que se tinha entre o roqueiro e o público do Axé, ou seja, como cooptação (GROSSBEG, 1984), fenômeno abordado no capítulo I. A internet, no entanto, propiciou ao Opanijé ganhar mais espaço fora dessas cenas mais restritivas. O resultado é que uma parcela considerável do seu público, a partir do lançamento do CD *on-line*, é composta de pessoas que não se identificavam com o *rap* nem com o candomblé, mas gostavam, especificamente, do grupo, da forma criativa e inovadora como rearranjaram o *rap* à percussão e ao candomblé.

Indo contra as críticas, o Opanijé, considerou positivo fazer uma música com elementos locais, e através das quais as pessoas de fora pudessem se identificar. Para os músicos era inviável passar o tempo tentando fazer um *rap*, por exemplo, igual aos dos norte-americanos, pois não há interesse nem mercado. Portanto, o uso da música e linguagem/estética afro-baiana, elementos do candomblé caracteriza-se de forma acentuada como uma estratégia de interesse mercadológico o que para Yúdice (2006) revela o uso conveniente da cultura, que sugere: "Nos nossos tempos, representações e reivindicações de diferença cultural são convenientes na

---

<sup>52</sup> “PE sought to advance black nationalism and Afrocentricity with tracks as compelling and technically advanced as they were controversial” (GAROFALO, WAKSMAN, 2013, p. 341).

<sup>53</sup> Their frustrations were often directed toward each other in verbal jousts that extended the logic of the feud between Biggie and Tupac, in which rappers battled over reputation, territory, and claims about who was the most “real.” (GAROFALO, WAKSMAN, 2013, p. 398).

condição de que elas multipliquem as mercadorias e confirmem direitos à comunidade" (YÚDICE, 2006, p. 46).

O público de fora quer consumir um som diferenciado, com as características de outros locais. Isso não se constata apenas entre países, mas entre estados do Brasil. A receptividade que tiveram em São Paulo, por exemplo, foi atribuída aos elementos locais diferentes do *rap* mundial mais próximo do que estava sendo produzido no sudeste.

O grupo demonstra, ainda, grande consciência a respeito da desconstrução de conceitos como o de pureza essencial para se viver na contemporaneidade. Os músicos preferem adotar a ideia de emergência, de algo que foi atribuído pela história como dado primordial, o que não precisa ser adotado como verdade única e absoluta. Ou seja, assim como a história, a cultura, os costumes e a música não têm como se manter intactas diante de tantas influências e fissuras dentro de um mundo altamente globalizado, também a discussão sobre um *rap* supostamente puro e de raiz perde força em uma análise que inclui outros aspectos, e que são produzidos por determinados movimentos.

Assim como a internet nos conecta e nos leva a conhecer diversos artistas e bandas, também interliga grupos aparentemente distintos. Com a utilização da *web*, a BaianaSystem, a Cascadura e o Opanijé são exemplos de bandas locais que conseguiram despertar a atenção do público nacional, e também mundial, para um novo momento na música produzida em Salvador. Um grupo sem estilo definido, uma banda de rock e outra de *rap* baiano, todas transeuntes de uma nuvem de *tags* que, coincidentemente, chovem em lugares semelhantes.

Cultura, internet, música, público, mercado, cena local, ausência de rótulo, música africana, música baiana. O que principalmente pode-se destacar deste capítulo é que, apesar de propostas diferenciadas, os três grupos caminharam e caminham, ainda, para o mesmo lugar, o da contemporaneidade. Conscientes dos pontos de vista da nova dinâmica cultural, eles refletem um amadurecimento de diversos nichos como o *rap* e o rock e trazem tanto as características técnicas em comum, quanto as conceituais. A importância que deram à disponibilização de conteúdo gratuito *on-line* no período da análise foi crucial para o destaque e os resultados obtidos pelos grupos. Tanto a formação de público e a sustentação, quanto em consumo do produto fonográfico transposto para o virtual, os *shows*, a visibilidade obtida na mídia, o reconhecimento local, nacional e internacional, tudo isso marcou semelhanças entre os grupos.

Os resultados obtidos nestas entrevistas e na coleta das informações mostrou características comuns aos grupos, mesmo dentro da diversidade musical dos três: os grupos obtiveram grande retorno do público a partir da disponibilização de informações nos perfis em redes sociais, que atraíram os conteúdos dos veículos de comunicação, tudo isso, enfim, se

mostrou compartilhado e reproduzido de modo a gerar uma exposição afirmativa das bandas. A estética afro-baiana utilizada, com as devidas proporções, por cada grupo, remete aos ideais de valorização da ancestralidade, resistência, posicionamento político, mas também uma escolha pautada em estratégia mercadológica, favorecida pelo momento cultural atual que a privilegia. Tanto a BaianaSystem quanto a Opanijé visualizaram, de forma clara e positiva, a utilização de elementos locais e particulares em seus trabalhos como forma de atrair, não só o público, mas outras localidades. Esse aspecto revela quão atentos foram às dinâmicas mercadológicas e culturais na internet. Já a banda Cascadura vislumbrou mais como a transgressão ao rock convencional, com liberdade criativa, possibilitou regatar seu pertencimento com a cultura local e seus ancestrais, bem como se conectar com o momento cultural. Os três grupos obtiveram o mesmo produtor musical nos discos, André T, conhecido por produzir uma série de artistas da cena local, mais descolados do que se chamava de *mainstream*, ou associação com grandes gravadoras. Esse fato, nota-se, ajudou a promover uma rede de encontros com músicos que foi transposta também ao mundo virtual. Além disso, contaram com a participação de alguns músicos em comum, como por exemplo, Letieres Leite e a Orkestra Rumpilezz.

O fato de optarem por lançamento e compartilhamento de discos *on-line* em um período em que poucos artistas locais possuíam recursos para fazê-lo colocou as bandas em destaque pelo esforço e repercussão obtidos com a ideia. A associação e criação de laços com atores sociais que conferiram credibilidade aos grupos também foi um ponto importante. No caso da BaianaSystem, o grupo contou com a forte presença do MC BNegão, produtor musical, ex-Planet Hemp. Além de participar ativamente da concepção do projeto inicial do grupo, ele atuou como ponte para a inserção da banda na cena nacional e internacional. Ao posar para fotos e compartilhar, ele também estava agregando capital social para si e para a banda. Outros atores sociais habitaram os perfis, *timelines* e vídeos da BaianaSystem fortalecendo ainda mais a imagem do grupo que se apresentava prometendo a ressignificação da guitarra baiana com inclusão dos *sound systems* da Jamaica.

No caso da banda Cascadura, o ator social agiu em um momento específico. Além de ter sido fonte para inserção de um *blog* no novo posicionamento da banda *on-line*, Caetano Veloso escreveu um texto elogioso sobre o disco Aleluia.

O Opanijé também obteve, como elo, o ator social Hermano Vianna, antropólogo, doutor, estudioso dos movimentos culturais da contemporaneidade. Vianna, ao tecer comentário positivo no *blog* Overmundo e ainda seguir o grupo no Myspace, como relatado por Lázaro Erê, agregou capital social para o grupo que, por sua vez, obteve grande destaque na

mídia e reconhecimento de um público além da cena *rap*. Outra conexão muito importante veio com o elogio feito pelo Chuck D, do Public Enemy. São esses outros arranjos que se busca atentar na pesquisa e modo a compreender como se interligaram aos três grupos analisados. Como o público que consome a música *on-line* aprecia trabalhos de determinados músicos, bandas, ao invés de outros estilos musicais, ou seja, como se constituíram os fluxos e contra fluxos que os levaram ao encontro físico. Tais aspectos, como a relação com atores sociais, com a cena musical, com noção de público por cada grupo e direcionamento da comunicação nas redes sociais serão analisadas no próximo capítulo.

Os capítulos anteriores privilegiaram uma discussão sobre a cultura musical jovem urbana e as novas tecnologias como mediação das relações sociais, a fim de compreender o comportamento da cena musical alternativa de Salvador na contemporaneidade. Portanto, até aqui já foram analisados:

- A música, enquanto elemento de comunicação e socialidade e sociabilidade, ou seja, como elo cultural de grupos urbanos da contemporaneidade, a partir dos conceitos de música popular, gostos, estilos de vida, neotribos, movimentos sociais jovens;

- O uso do termo “cenas musicais”, com vistas a abrigar aspectos geográficos, dentre outros referentes à localização, de onde partem os agrupamentos ligados à música que contextualiza a cena analisada na cidade do Salvador, na Bahia;

- O conceito de cenas, a partir do qual pôde-se entender a transposição das representações sociais para os ambientes virtuais por meio de laços criados pelas interações dos atores sociais em comunidades, incorporando também o termo sociabilidade, como forma de se relacionar em rede. As interações, vimos, partem de formas próprias de comunicação (oral, verbal), desde a dinâmica, regras de funcionamento de cada rede social aos textos e conteúdos simbólicos compartilhados;

- Dentro da cena musical alternativa de Salvador foi encontrado um ponto de contato entre o uso da internet e redes sociais para expansão e interconexão, no período após a primeira década dos anos 2000. Essa movimentação foi notada por dois pontos de vista. Uma visão aumentada, exagerada e crítica de uma página de memes alimentada por supostos integrantes dessa cena mais tradicional e pelo lado dos músicos, representantes dessa cena musical alternativa local modificada por diversos aspectos culturais.

Observamos também as diferenças das noções de cultura na atualidade às novas formas de associações e socialidade pelo afeto, as neotribos (MAFFESOLI, 1998). Desde o conceito de música popular, música *pop*, estilos de vida, passando pelos estudos subculturais, na

contemporaneidade, chamada pós-modernidade, o objetivo foi realizar uma leitura dos aspectos que marcaram as transformações no contexto musical alternativo na cidade. Além disso, foi possível notar como a cultura e suas representações simbólicas assumem papel central em nossas vidas e como a questão do localismo está latente:

Achamo-nos em processo de construção de um novo modelo de análise que coloca a cultura como mediação, social e teórica da comunicação, com o popular, que faz do espaço cultural o eixo desde o qual encontrar dimensões inéditas do conflito e vislumbrar novos objetos a pesquisar. O restabelecimento da problemática e do conceito de cultura é sintomático da convergência que evidenciam ultimamente as preocupações sobre o cultural-popular, da qual a pesquisa de comunicação na América Latina recebe agora seu traço mais característico. (CANCLINI, 2008, p. 110).

Fatores como a conveniência da diferença cultural e o esgotamento de referências para retroalimentação de mercados no mundo inteiro também vão de encontro ao raciocínio de Nestor Canclini (2008), quando destaca a importância que se tem dado ao cultural e o popular.

#### 4. Comunidades musicais, desencaixes sociais

No impulso de estudar novos objetos, esse capítulo tem como foco, os papéis dos músicos dos grupos BaianaSystem, Cascadura e Opanijé através dos *sites* de redes sociais, Facebook<sup>54</sup> e Twitter<sup>55</sup>, na difusão do consumo da música local. Algumas palavras-chave e conceitos foram amplamente compartilhados reforçando os pontos de vista dos grupos, assim como outros comportamentos mapeados, a estética utilizada, os padrões de interação e a própria estratégia de disponibilização e divulgação de suas obras de forma gratuita e acessível *on-line* foram os principais pontos desta análise. Partindo da ideia de que a cultura só se estabelece por meio das interações sociais que resultam da comunicação, é possível realizar esse estudo pautado nos fenômenos interacionais da cultura digital, uma vez que, na contemporaneidade,

---

<sup>54</sup> Mídia e rede social da internet criada em 2004 visando a conexão de pessoas pelo que se entende por amizade. A ferramenta que passa sempre por constantes atualizações possui também páginas empresariais de diversas categorias e de figuras públicas aos quais é possível se tornar fã, como é o caso das páginas analisadas. Segundo RECUERO (2014): “Ele, como muitos sites de rede social, é uma ferramenta apropriada simbolicamente para construir o espaço social no cotidiano dos atores, gerando práticas que ressignificam seus usos. Dentre essas apropriações, está a conversação” (RECUERO, 2014, p. 114). As principais ações possíveis dentro do Facebook são curtir, comentar e compartilhar as publicações, além da troca de mensagens privadas entre usuários ou entre usuários e páginas.

<sup>55</sup> Criado em 2006, nos Estados Unidos, em São Francisco, "O Twitter é basicamente um site de microblogs. Ao se registrar, o usuário adquire uma página própria na qual pode publicar mensagens curtas - de no máximo 140 caracteres - com apenas texto e links para outras páginas" (TERRA, 2018). É possível também compartilhar mensagens publicadas pelo botão retweet, além permitir mencionar usuários pelo “@” e nome do perfil, além da criação de marcadores, as hashtags palavras ou frases escritas sem espaço e com o símbolo “#”, sustentado, na frente que concentram postagens de diversas pessoas com a mesma marcação. A função de troca de mensagens privadas também existe no Twitter e atualmente é permitido curtir um post (tweet), pelo botão em forma de coração, além do compartilhar imagens e vídeos.

as interações mediadas pelas tecnologias *on-line*, comunidades e *sites*<sup>56</sup> de redes sociais são admitidas como novas formas de sociabilidade, que integram a comunicação escrita, visual e audiovisual produzida nesses ambientes e que têm grande relevância como fonte de pesquisa.

Em primeiro lugar, para tratar da comunicação no ambiente da internet, através de *sites* de redes sociais, é preciso compreender uma nova linguagem. Atualmente, fala-se de novos significantes, como a forma oral se misturando às diversas possibilidades do audiovisual para garantir a fluidez de processos comunicacionais, algo que Maingueneau (2013) já indicara.

Outra forma de heterogeneidade: a associação, no mesmo texto, de signos linguísticos e signos icônicos (fotos, desenhos...). Além disso, a diversificação das técnicas de gravação, e de reprodução da imagem e do som vem modificando consideravelmente a representação tradicional do texto: este não apresenta mais unicamente como um conjunto de signos sobre a página, mas pode ser um filme, uma gravação [...] uma mistura de signos verbais, musicais e de imagens [...] (MAINGUENEAU, 2013, p. 64).

Além disso, é preciso estar atento ao próprio funcionamento de cada *site* e suas ferramentas disponíveis como a forma de reproduzir, compartilhar e editar mensagens que contribuem na viralização de opiniões e de novos conceitos criados pelos influenciadores digitais (atores sociais com grande representatividade em comunidades, redes, subgrupos).

A dinâmica, o funcionamento dos sistemas operados, a linguagem escrita, icônica, as estratégias de comunicação e o mercado empregados pelos atores, nos *sites* de redes sociais, constituem elementos que implicam na observação das relações de poder. Segundo Michel Foucault (1977), o poder “é a operação de tecnologias políticas através do corpo social” (DREYFUS, RABINOV, 1995, p. 203). Por meio do poder se estabelece uma série de relações abertas, desiguais e móveis que ocorrem em determinado tempo e sociedade, não restritas às instituições políticas. Portanto, esses sujeitos, músicos que desempenham múltiplos papéis na sociedade, exercem o poder através de *sites* de rede social, pelos laços e afetos como forma de manejo de seus interesses e objetivos, uma vez que, para Foucault, o poder seria intencional.

Essa autonomia do sujeito que exerce grande poder pela informação é também fruto do que Henry Jenkins (2008) preconizou como convergência. Segundo o autor, esse fenômeno teve como marco, a circulação de informações pela internet após os atentados terroristas em 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, que permitiu às pessoas assumirem o controle das mídias. Ao afirmar que "por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas

---

<sup>56</sup> Raquel Recuero (2016) cita o conceito de site de rede social criado por Boyd e Ellison (2007) para diferenciar os fenômenos ocorridos na vida off-line e on-line. A autora explica que o Facebook, por exemplo, não constitui uma rede social, e sim o modo de apropriação dado pelas pessoas é que formam redes baseadas nas estruturas de redes sociais formadas por esses grupos. Esses sites exibem as redes sociais formadas por pessoas conectadas a eles e que interagem entre si.

plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam" (JENKINS, 2008, p. 29), o autor coloca a internet mediadora desses fluxos e inclui os *sites* de redes sociais como parte dessas plataformas de mídia.

Os *sites* de redes sociais são verdadeiros estandartes para comunicação e compartilhamento de gostos e afetos como forma de obter capital social e *status*, além de serem um modo instantâneo de acesso às informações pela curadoria dos diversos atores, donos dos perfis. Para os integrantes dessas neotribos, jovens, adultos, estudantes, profissionais, a música faz parte do estilo de vida e do lazer desses indivíduos é um dos itens de grande importância na formação desses perfis multifacetados que se formam pelo conceito de identificação (MAFFESOLI, 2012). É por ela que se associam a grupos musicais, se constituem relacionamentos, se indicam outras preferências, gostos, afetos, emitem juízos de valor, posicionamentos ideológicos, políticos, entre outros pontos formadores de vínculos. Tudo isso por meio de textos, imagens, vídeos, reprodução de conteúdos de outros autores, além de notícias, *links* e afins.

Para Goffman (1985), esse movimento poderia ser lido como espécie de *mise-èn-scene* que ocorre nas representações fazem parte da “própria crença do indivíduo na impressão de realidade que tenta dar àqueles entre os quais se encontra” (GOFFMAN, 1985, p. 25). Essa ideia de representar pelo par ver/ser visto por um observador que não se pode ver também remete a uma das estratégias de poder analisadas por Foucault no panóptico. “De acordo com Foucault, o panopticon produz ao mesmo tempo, saber poder, controle do corpo e controle do espaço, numa tecnologia disciplinar integrada. É um mecanismo de localização dos corpos no espaço, de distribuição dos indivíduos uns em relação aos outros” (DREYFUS, RABINOV, 1995, p. 208). Desta forma, pode-se afirmar que, antes das interações ocorrerem, os grupos musicais buscam moldar suas representações voltadas aos possíveis observadores: o público, outros músicos, amigos, críticos, além de marcas e *prospects*, parceiros comerciais e veículos de comunicação.

A abertura do campo visual para bandas antes tidas como independentes pela internet facilitou a vida dos artistas, de músicos menos conhecidos, que passaram a ter um ponto de contato direto e em tempo real com os agentes de propagação e viralização gratuita dos seus conteúdos. Essa migração para a *web*, via *sites* de redes sociais, trouxe uma postura a favor da acessibilidade e da liberação de conteúdo midiático inevitável dentro da cultura do *copyleft*.

Não é por acaso que o processo de “napsterização” está irritando tanto a indústria cultural (da música e dos filmes). O problema aqui é a crise dos suportes e não do consumo. Segundo estatísticas as mais diversas, nunca se consumiu tanto desses produtos culturais. Trata-se da emergência de novas formas de consumo culturais que estão em circulação virótica na cultura das redes a ponto de autores como Lessing falarem de uma “free culture” (Lessing, 2004) (LEMOS, 2002, p. 16).

Essa afirmação do autor, já no início dos anos 2000, justifica a impossibilidade de compreender as relações de consumo musical sem considerar as transformações culturais influenciadas por um ambiente virtual, cada vez mais ativo e intrínseco às vidas cotidianas. Desta forma, a presente análise trata de um momento posterior à emergência dessas novas formas de consumo informacionais e de produtos culturais como a música. Essa pesquisa é feita em um ambiente já consolidado da internet, onde busca-se coletar o efeito, o que ocorre mediante as trocas, esses fluxos, que já se mantêm ativos há um certo tempo. Ademais, dentre algumas tendências que Michel Hershmann (2010) aponta como integrantes da reestruturação da indústria da música no século XXI estão: a) o mercado, que antes era massivo e transnacional e hoje é pulverizado por nichos, com ênfase no local e global; b) o relacionamento com os consumidores pelos *sites* de redes sociais e internet; c) a comercialização também já realizada via *web*, além de lojas de discos alternativas e dos próprios *shows* e feiras; d) a estratégia de vendas, a interação e coprodução com os consumidores; e) a articulação e mobilização pela *web*, *sites* de redes sociais e liberação de conteúdo (socialização, acessibilidade); f) o uso de ferramentas de marketing e design; g) os repertórios conectados com a cultura local e; h) a participação em pequenos e médios concertos e festivais. Por último, e consideradas muito importantes para esse trabalho, enfatizamos as tendências do mercado, dos nichos como diferencial competitivo e a inovação constante, a partir de conhecimentos da cultura local, das apropriações e colagens, como o *samplear*, repertórios e ritmos simbólicos.

Os textos construídos a partir dos próprios depoimentos dos grupos BaianaSystem, Cascadura, Opanijé demonstram que os três possuem conhecimento sobre as transformações culturais, sobre o mercado fonográfico e da comunicação. A BaianaSystem, de uma forma mais clara, prega a ideia de não ter rótulos por se tratar de um projeto representado por uma colagem sonora. A banda Cascadura, que se intitula como rock baiano, ao mesmo tempo tem influências diversas da música contemporânea. E a banda Opanijé também se compreende como *rap* baiano com forte influência da música afro-baiana e da religião do candomblé. Os três indicam a resistência a qualquer categoria radical que possa remeter à pureza, segregação e preconceito musical, além de comportamentos que se assemelhem a posturas totalmente pautadas na dinâmica das indústrias culturais e mídias de massa (unilaterais, com altos custos e acesso restrito). Isso é demonstrado por meio das referências apontadas e das estratégias de

comunicação e de mercado, além dos próprios pontos de vista exibidos. Nesse tópico optamos por entrecruzar as informações obtidas nos capítulos anteriores a uma análise dos textos e conteúdos produzidos e compartilhados pelos grupos musicais BaianaSystem, Cascadura e Opanijé, através dos *sites* de redes sociais Twitter e Facebook. De forma complementar, os resultados também serão cruzados com as hipóteses levantadas na pesquisa.

Enfim, o objetivo desta articulação é tentar comprovar que os músicos locais foram os principais responsáveis, ou principais agentes de transformação, do comportamento de consumo musical local por meio de recursos próprios de comunicação assumindo, assim, o papel de influenciadores digitais, reforçados e retroalimentados pelo público. Sustenta-se que foi este movimento de fluxo e refluxo entre as bandas e o público que obteve impacto na cena como musical alternativa da cidade como um todo, ainda que não esteja desconectado de interesses mercadológicos.

#### **4.1. Método adaptado para coleta de conteúdo em *sites* de redes sociais**

Bruno Latour, em sua obra *Reagregando o Social* (2008), destaca a importância da teoria do ator-rede frente à incerteza quanto à natureza dos grupos, da ação social, das coisas, dos fatos e sobre o modo de escrever e conhecer sobre o social atualmente. Para ele, o social é admitido como associações entre elementos heterogêneos, processos e transformações que ocorrem em um ambiente. Diante dessa complexidade de agregações e mudanças que incluem a tecnologia como parte vital ao desenvolvimento dos grupos é que alguns conceitos podem ser aplicados também para interações no social mediadas pela *web*.

Para compreender tal aplicabilidade devem ser levadas em consideração e respeitadas as diferenças que ocorrem quando se incluem *sites* com sistemas, mecanismos, dinâmicas e funcionalidades específicas atuando ou colaborando na formação de estruturas sociais. Segundo Raquel Recuero (2016), a ARS – Análise de Redes Sociais tem foco na representação dos grupos como sociogramas (grafos sociais), analisados pelas medidas de suas propriedades estruturais. Para tratar de análise de textos em *sites* de redes sociais adota-se aqui, as indicações de Davide Kozinets, como o autor que estuda a Netnografia ou a pesquisa etnográfica em comunidades virtuais. Sua compreensão acerca dessas comunidades parte do conceito de Howard Rheingold (1993), que já se debruçara sobre as agregações sociais que emergem da rede.

Como implica o nome, a netnografia analisa as interações que resultam das conexões na internet ou por meio de comunicações mediadas por computador como uma fonte focal de dados. [...] O elemento de comunicação é necessário à netnografia. Cada vez mais, contudo, estamos vendo comunidades compostas de

peças que se comunicam usando informações de áudio (listas de execução do iTunes talvez, ou, com mais certeza, podcasts), informação visual (Flickr), ou informação audiovisual (YouTube). Comunicação é a troca de símbolos significativos, e todos os tipos de sistemas simbólicos humanos estão sendo digitalizados e compartilhados por meio das redes de informação. Cada um destes engloba dados úteis para a netnografia. [...] Isso significa que algum número mínimo de pessoas deve estar envolvido para que um grupo online pareça uma comunidade. Podemos presumir que esse número situe-se em torno de 20 pessoas no mínimo (KOZINETES, 2014, p. 17).

Dentre os principais critérios e etapas elencadas pelo autor estão a codificação ou a atribuição de categorias com base interpretativa, ou seja, anotações e reflexões à margem dos dados, abstração e comparação que transforma os códigos em padrões pela filtragem de expressões, sequências e diferenças, a verificação e refinamento, além de generalizações para explicar um conjunto de dados e teorização que trata do confronto das generalizações a partir de um corpo formalizado por teorias. Outros aspectos importantes que interessam para a netnografia são a acessibilidade, o caráter aberto das discussões postadas de forma pública e o sentimento humano: "Essa preocupação refere-se à sensação subjetiva de contato autêntico com os outros membros das comunidades online. Ela incluiria questões emocionais como revelação, honestidade, apoio recíproco, confiança, expressões de afiliação e expressões de intenção de serem sociáveis uns com os outros." (KONIZETES, 2014, p. 17).

Como um contraponto a essa netnografia, mais generalista e focada no coletivo, tem-se, a análise de redes sociais pelo método das perspectivas proposto por Fabio Malini (2016). Para ele, não se deve focar apenas números, mas o impacto de pontos de vista na sociedade, que apresenta forte relação com o viés da pesquisa. O autor, embasado pela teoria da antropologia ameríndia de Eduardo Viveiros de Castro (1996, 2002), do ator-rede de Bruno Latour (2005, 2012) e dos grafos, exhibe uma crítica ao método de análise de redes sociais pautado apenas na quantidade, nos números gerados nos laços, nos nós (curtidas, compartilhadas). Como alternativa, ele propõe o método perspectivista para alcançar os pontos de vistas que repercutem e influenciam no comportamento social.

Os pontos de vistas, segundo o autor influenciado pelo pensamento de Eduardo Viveiros de Castro, possuem três principais aspectos: o primeiro trata dos pontos de vistas, que se apresentam como força conceitual aglutinadora (o ponto de vista), baseada em relações de afinidades, representadas na forma de clusters, que analisados separadamente operam discursos, imagens, laços sociais e discussões internos que dão a substância para o conceito existir e a comunidade prosperar de relações. O segundo trata dos pontos de vistas que estão sempre em uma posição (temporal ou espacial), e possuem uma topologia que os permite se localizar numa relação de proximidade ou distanciamento, de antagonismo ou de convergência, de centralidade

ou periferia a outras perspectivas em um mapa de relações. E o terceiro trata dos pontos de vistas que empreendem dinâmicas de poder, que se traduzem em disputa pela hegemonia das narrativas sobre fatos, ideias, marcas e produtos, elegendo seus operadores (perfis) mais influentes, numa tentativa de neutralização ou de sobreposição da perspectiva alheia (MALINI, 2016, p.12).

Pelo método perspectivista, Malini (2016) sugere que o cruzamento dos dados qualitativos seja feito por meio de ferramentas específicas desenvolvidas pelo laboratório de tecnologia o qual faz parte. Nessa pesquisa, lidamos com uma pequena amostra, foram apropriados apenas alguns conceitos da Análise de Redes Sociais, da netnografia e do método perspectivista, e, suas especificidades e etapas para a criação de categorias e obtenção de resultados. Da netnografia se extrai o parâmetro do número de participantes associados aos perfis e características subjetivas para a agregação e que atestam a veracidade do conteúdo produzido. Do método perspectivista utilizamos os três pontos de vista que se referem à força aglutinadora, ao tempo e espaço e relações de poder operadas nas falas. Foi criada também uma *timeline* pela ferramenta Timelineglider para a visualização e filtragem da amostra.

A análise foi feita a partir de excertos dos conteúdos disponíveis nos perfis dos *sites* de redes sociais do Facebook e Twitter dos grupos BaianaSystem, Cascadura, Opanijé. O recorte dado à pesquisa, amostras de *posts* e *tweets* foi coletado entre 2010 e 2013, apresentando, como hipótese, de que esse período foi de grande relevância para a cena musical local considerada como alternativa e suas transformações, bem como para seus representantes, os grupos musicais analisados. De acordo com o lastro teórico apresentado no primeiro capítulo e com os depoimentos dos próprios atores pesquisados, assim como a inclusão de autores específicos para a análise de textos em redes sociais se pretende:

- a) Discutir o papel de influenciadores dos grupos analisados para com a cena musical local e com o público consumidor. Dentro desse espectro se encaixa a observação dos comportamentos moldados a partir dos estudos subculturais e que pautaram a cultura jovem urbana a partir do rock, que a generalizou sob uma visão primeiro mundista. Atente-se aqui que houve, contudo, atravessamento pelo multiculturalismo, hibridismo, transculturalismo, aspectos individuais de culturas locais, minorias, de países colonizados;
- b) Compreender os movimentos culturais imbricados ao culto do simbólico no âmbito das identificações, representações e do mercado;
- c) Observar a cultura jovem urbana de Salvador e suas identificações, laços de afeto mediado pelas tecnologias e redes sociais, bem como identificar quais são

as grandes transformações que se podem detectar pelas amostras coletadas a respeito da cena, do mercado e do consumo musical local.

Vale ressaltar que foram escolhidos Facebook e Twitter por que no período do recorte havia um volume menor de interações, no estágio inicial das redes, o que possibilitou analisar esses dois ambientes interacionais de dinâmica textual diferenciada. O Facebook, no período, ainda implementava o formato de páginas para empresas, marcas, artistas e figuras públicas, ao invés de permitir aos usuários aderirem pela solicitação de amizade. Deste modo, era possível apenas curtir e ser fã de um perfil. Além disso, assim como nos perfis comuns, a publicação de textos era feita sem limite de caracteres, além de carregamento de imagens e vídeos. No Twitter, ao contrário, o limite para textos era de cento e quarenta caracteres, e imagens ou vídeos só eram permitidos por meio de *links*.

O número de *posts* e *tweets*, como são chamadas as atualizações do Facebook e Twitter, foi obtido com base nos temas relevantes para a pesquisa, não tendo uma meta exata. Portanto, tudo o que tivesse importância para discutir a cena musical, gostos, associações e inovações foi coletado das páginas. Foram descartadas algumas interações consideradas neutras, tais como reproduções de conteúdos já publicados e *feedback* sem emissão de opinião, por exemplo. No quadro abaixo, indica-se o descritivo da quantidade de *posts* e *tweets* coletados. Aqui, a intenção principal não é mensurar as interações, pois estão inclusas em uma das categorias da análise, mas sim indicar os textos e os pontos de vista dos grupos.

<b>Grupos</b>	<b>Posts (atualizações do Facebook)</b>	<b>Tweets (atualizações do Twitter)</b>	<b>Total</b>
BaianaSystem	69	49	118
Cascadura	61	75	136
Opanijé	125	76	201

Tabela 1 – Dados quantitativos de postagens por bandas

O volume de atualizações comprova o que foi dito por Lázaro Erê e todo o grupo no capítulo anterior. A utilização da internet foi a principal ferramenta de comunicação para promover o Opanijé, desde a época dos fóruns e e-mails. Ou seja, esse desnível serve para mostrar os grupos que eram mais assíduos e familiarizados com as ferramentas, desde o início do período do recorte, e os que foram intensificando gradativamente, como é o caso da banda Cascadura, aumentou visivelmente os *posts* e *tweets* no período pré-lançamento do disco Aleluia. Já a BaianaSystem utilizou os recursos moderadamente, com menos volume de *posts*, porém maior qualidade estética e padronização da sua identidade visual no Facebook, enquanto

que, no Twitter, replicavam notícias sobre o grupo, informações de *shows* em *links* e textos, além de responder às questões dos fãs e amigos.

#### 4.2. Resultados da pesquisa e categorias de análise

Neste item são analisados exemplos de textos e outros conteúdos com atribuição de valor simbólico publicados por um ou mais integrantes dos grupos musicais BaianaSystem, Cascadura, Opanijé nos perfis do Facebook e Twitter. A partir dos excertos coletados foram criadas categorias de análise com base tanto nos conceitos da Netnografia, como o método da indução indicado por Kozinets (2011), quanto pelos conceitos de Análise de Redes Sociais compilados por Raquel Recuero (2016) e do método perspectivista de Fábio Malini (2016).

Na primeira categoria estão as publicações que reforçam a desconstrução de gêneros musicais fixos, puros, e a demonstração de interação do público, através do compartilhamento das publicações e comentários emitindo opiniões, elogios, qualificações. A segunda categoria se refere às alianças com outros músicos de estilos considerados diferentes dos grupos analisados ou que tem certa relação, ou que são de outra região geográfica ou que marcaram a história da música local ou nacional em uma época passada. Ainda nesta categoria estão incluídas as associações com veículos de comunicação e marcas.

A terceira categoria diz respeito ao trânsito desses grupos considerados locais, pertencentes à cena alternativa por uma cena considerada oposta ou *mainstream* pela sua potência econômica, poder de veículos, grupos de comunicação e marcas com abrangência nacional ou internacional. A quarta categoria traz a materialização da estratégia de comunicação e mercado por meio do incentivo ao consumo do produto fonográfico audiofônico produzido pelos moldes convencionais e transformados em produtos virtuais compartilhados, gratuitamente, nas redes sociais, principal inovação e trunfo dos grupos no momento. E por último, na quinta categoria, as interações dos fãs nos próprios perfis e nos perfis dos grupos, que demonstram as preferências e relações com os conteúdos disponibilizados.

Este foram os meios encontrados para comprovar e justificar a importante contribuição destes grupos para uma transformação no mercado e no consumo da música local, no período do recorte da pesquisa. Por meio dos excertos a seguir é possível notar a necessidade de se discutir categorias associadas ainda aos estudos subculturais, à indústria fonográfica, música popular enquanto comunicação e sociabilidade associada às comunidades urbanas, gostos mediados pela comunicação virtual e pelos processos de transculturalização.

### 4.3. Categoria 1: a desconstrução de gêneros puros

Este tópico comprova uma real preocupação das bandas analisadas em expor seus posicionamentos a respeito das músicas que produzem, além de observarem produções de outros colegas. Foram coletados termos como Música contemporânea, Música Baiana, Nova Música Baiana, Rock Baiano, Rap Baiano, *indie*, experimental, sem rótulos. Os textos que acompanham revelam a concordância, unânime, em abolir a ideia de pureza dos gêneros musicais. Mesmo quando recorrem a um gênero como o *rock* ou *rap*, a marca da heterogeneidade é dada pelo índice do elemento local, algo que foi apontado por Michel Hershman (2010) como tendência da reestruturação do mercado musical.

O grupo de rock que antes tentava ao máximo ocultar a interferência da cultura local na sua formação buscando uma referência internacional mostrou-se, agora, aberto à regionalização. O mesmo ocorre com o grupo de *rap*, que revelou uma diferenciação pela regionalização, ou seja, o uso de elementos da cultura étnica sempre foi intencional.

Foi comum notar que, em 2010, por exemplo, o termo *indie* foi muito empregado, mas isso foi se dissolvendo quando os grupos tiveram mais exposição e estratégias mais claras de mercado. A BaianaSystem revelou-se a mais comprometida em utilizar termos que vão além de rótulos e categorias fixas sobre a música como um todo em seu trabalho. Porém, quando replicava notícias acabam repetindo termos empregados por jornalistas, formadores de opinião, tais como *indie*, alternativo. O termo que mais chamou atenção, neste exemplar, foi “experimental”.

A banda Cascadura, por seu lado, preocupava-se com a questão conceitual da sua música e buscava ir além dos gêneros em alguns momentos, porém, reforçava o termo rock baiano. O mesmo realce se deu aos termos “alternativo” e “*indie*”, mesmo quando em depoimento, a banda revelasse a consciência de superar a aplicação desses conceitos em algumas situações.

O grupo Opanijé, por fim, apresenta concordância sobre o fato de que há um movimento diferenciado na música local naquele período, mas repete, em depoimento, o termo Nova Música Baiana, apesar de se intitular *rap* baiano.

#### 4.3.1. Postagens dos perfis das bandas BaianaSystem, Cascadura e Opanijé no Facebook e Twitter

**Fábio Almeida** » **Baiana System**  
19 de junho de 2012 · 🌐

Crítica no meu blog sobre o Show da Baiana System no Teatro Vila Velha: **Baiana System** mais um raio de luz na musicalidade urbana de Salvador. <http://leiafly.blogspot.com.br/.../baiana-system-mais-um-raio...> ✓



**Baiana System** mais um raio de luz na musicalidade urbana de Salvador. | **Leia Fly** ✓

LEIAFLY.BLOGSPOT.COM

3

Curtir Comentar Compartilhar

Figura 1

**el Cabong**  
24 de setembro de 2012 · 🌐

**NOVA MÚSICA BAIANA FAZ BONITO EM FESTIVAL EM SÃO PAULO**  
Uma nova música baiana foi apresentada nos últimos dias 21 e 22 de setembro, no Festival Bahia de Som Salvador, no Auditório do Ibirapuera, em São Paulo. Letieres Leite & Orkestra Rumpilezz **Baiana System** (USA) Manuela Rodrigues e Peu Meurray recebendo convidados especiais. Veja como foi. [http://www.nemo.com.br/.../nova-musica-baiana-faz-bonito-em-...](http://www.nemo.com.br/.../nova-musica-baiana-faz-bonito-em-.../) ✓



3 2 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Figura 2

**CASCADURA**  
@CascaduraRock

Larga Akon lá e vem pra cá: Cascadura no Festival de Verão é música da Bahia, rock da Bahia, arte independente da Bahia!  
9:26 PM - 22 Jan 2010

**Chuck Hipólitho**  
@ChuckHipolitho

Ouçã um rock nacional diferente, e que sangra de verdade: <http://bit.ly/c6ziWg> Primeira música do disco novo da banda @CascaduraRock  
Retweeted by CASCADURA  
0:09 AM - 18 Jul 2011

**Fabio Cascadura**  
@fabiocascadura

Com o blog #APonte, o @CascaduraRock pretende expor o processo de criação dos eu novo álbum #Aieluia. Será um nova experiência para nós.  
Retweeted by CASCADURA  
1:57 PM - 17 Jun 2010

**CASCADURA**  
@CascaduraRock

Orkestra @Rumpilezz, @Retrofoguetes, @RoneieOsLadros e Tiganá Santana são 4 nomes da música contemporânea da Bahia que vêm nos mobilizando.  
1:59 PM - 21 Oct 2010

Figura 3



Figura 4



Figura 5

A página do Garimpo Música, selo que lançou o disco do Opanijé, compartilhou uma matéria do jornal Correio. O próprio grupo também compartilhou o conteúdo em sua página.

#### 4.4. Categoria 2: alianças com outros artistas, marcas, entidades e lugares como estratégia

Nesse tópico destacam-se alguns indícios importantes acerca das relações de parcerias que se estabelecem entre as bandas e outros artistas, além de marcas e lugares que funcionam como elementos estratégicos dos grupos musicais. As parcerias são associações entre pessoas da mesma classe e que garantem certa forma de distinção social dentro do grupo. Ao mesmo tempo, elas também atribuem capital social. Trata-se de uma estratégia clara no meio artístico musical como forma de criar uma referência para o estilo, a fim de obter adesão do público pelo reconhecimento e credibilidade dos atores associados.

Neste contexto, vale ressaltar que o interesse pelo grupo é maior conforme certos artistas apresentem conhecimento e cultura mais elevada, de modo que funcionam como um fator estratégico às bandas e atrativo para o público. “Assim, existe um interesse na estilização e na estetização da vida por parte de facções específicas das novas classes médias que foram designadas como "paraintelectuais" devido a sua admiração pelas atividades e pelos estilos de vida dos artistas e dos intelectuais” (HARVEY, 1989, p. 152).

Esse comportamento é percebido também na contemporaneidade por meio dos estilos de vida adotados. Como vimos, hoje predominam as neotribos, os fãs, indivíduos que utilizam a imagem de artistas e intelectuais tanto na forma de se vestir e comportar quanto para exibir um gosto distinto que é manifesto pelas afinidades a certos grupos musicais. As trocas interacionais, neste caso, se baseiam em comparações e mudanças no juízo de valor de um público, que pode se identificar, automaticamente, com alguns grupos conforme estejam associados a artistas que já compõem seu gosto musical.

Nas amostras foram obtidas associações com artistas de prestígio independente de cenas e estilos musicais, como é o caso do Caetano Veloso, para a Cascadura, o Mateus Aleluia<sup>57</sup> para a BaianaSystem e o Letieres Leite para todos os três grupos. Mas nota-se também que há uma ligação com artistas que são referências em determinados nichos, como o B. Negão (*hip hop, rap*), para a BaianaSystem, a Pitty (*rock*), para a Cascadura e o Chuck D., do Public Enemy (*hip hop, rap*) para o Opanijé. Esses nomes também vão de encontro ao panorama do consumo musical explorado no primeiro capítulo.

O culto ao valor histórico, aos artistas do passado como sumidades, também ajudam a elevar os perfis dos grupos e a promover reconhecimento, afinidade e afetos. Essa prática de atribuir valor de entidades, referências ou mesmo deuses da música aos artistas já foi abordada por Edgar Morin (1997, p. 106) quando indicou a formação de um novo Olimpo na cultura midiática, que já não afastava o astro do seu público, mas os aproximava cada vez mais com os meios de comunicação, para além do cinema.

De modo complementar, na teoria da Análise de Redes Sociais, um dos coeficientes que também justificam essa associação entre atores do segmento musical é o reforço pelo grau de influência dos perfis. Segundo Recuero (2016), a alta centralidade *ingevector* é um coeficiente medido pela quantidade de pessoas que são fãs ou que seguem um perfil. E quanto mais pessoas ligadas a essas páginas, maior o grau de influência desses artistas. Portanto, na época foram notadas interações por meio de menções feitas, por exemplo, pelo roqueiro paulista Chuck Hipólitho<sup>58</sup> (@chuckhipolitho), por Luca Bori (@lucabori) da banda Vivendo do Ócio, pelo jornalista Luciano Matos (@lubmatos), em seus perfis do Twitter à banda Cascadura (@cascadurarock), ou pelo Twitter do Chuck D. (@MrChuckD), da Garimpo Música

---

<sup>57</sup> Mateus Aleluia participou da faixa musical Pangeia com um texto que estreita os laços da Bahia com a cultura africana. Cantor e compositor de Cachoeira, Bahia, considerado uma sumidade da música afro-brasileira também pela sua forte ligação com o candomblé. Integrou o extinto grupo Os Tincoãs que nos anos 60 e 70 emplacou sucessos como Cordeiro de Nanã e Na Beira do Mar.

<sup>58</sup> Além de conhecido roqueiro da cena paulista, Chuck já trabalhou na emissora de televisão especializada em música, MTV.

(@garimpomusica) e do acadêmico e agitador cultural Nelson Maca<sup>59</sup> (@nelsonmaca), além do produtor musical André Tavares, pelo Facebook, ao grupo Opanijé.

Ao replicar uma menção ou transpor para os perfis o capital social adquirido pelas interações físicas que reforçam a amizade com artistas, os grupos estão se posicionando quanto ao poder que exercem na cena musical, e especificamente na rede social constituída. Nota-se a reverência dada a ícones locais (Lazzo Matumbi, Letieres Leite, Márcia Castro, Orquestra Rumpilezz, Retrofoguetes, Ronei Jorge, Tiganá Santana, Vivendo do Ócio), nacionais (B. Negão, Caetano Veloso, Curumin, Ellen Oléria<sup>60</sup>, Lucas Santtana, Pitty) e internacionais (Ramiro Mussotto, Chuck D.) como forma de mensurar o alcance espacial, geográfico desses grupos.



Figura 6

Apenas a banda Cascadura fez interações com a BaianaSystem registrando que aceitou o convite para segui-los e divulgou, em seu perfil do Twitter, a menção em ao

grupo como uma referência musical. No mais, os três grupos analisados não interagem entre si, porém compartilham informações sobre parcerias em *shows* e notícias em que todos são mencionados e incluídos em um seletivo grupo de artistas que representam a “renovação musical da Bahia”. Além disso, possuem conexões diretas e em comum com importantes atores do cenário musical local como André Tavares, produtor musical dos discos dos três grupos, Letieres Leite e Gabi Guedes, músicos, ambos com importantes participações nos discos e *shows*.

#### 4.4.1. Postagens dos perfis das bandas no Facebook e Twitter

<sup>59</sup> Nelson Maca, professor de literatura da Universidade Católica do Salvador, Integrante do grupo político-artístico Coletivo Blackitude e coordenador do Sarau Bem Black no Pelourinho. Responsável pela promoção e intercâmbio da literatura com o hip hop e engajamento político, sendo também crítico do movimento e de grande importância para a consolidação do Opanijé do campo. O sarau é realizado no Sankofa African Bar, um local de destaque, em que o dono é o DJ Sankofa, também apresentador do Programa Rádio África na Rádio Educadora da Bahia.

<sup>60</sup> Ellen Oléria, cantora negra de Brasília, vencedora do programa da TV Globo, The Voice Brasil, concurso de calouros inspirado em modelo holandês.



Figura 7



Figura 8

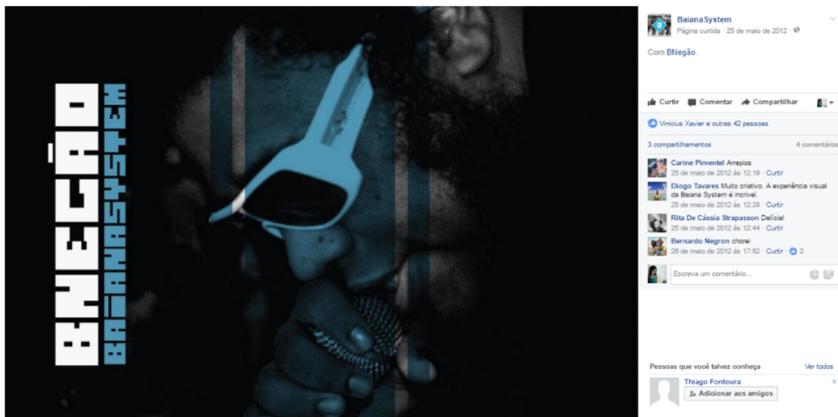


Figura 9



Figura 10



Figura 11



Figura 12

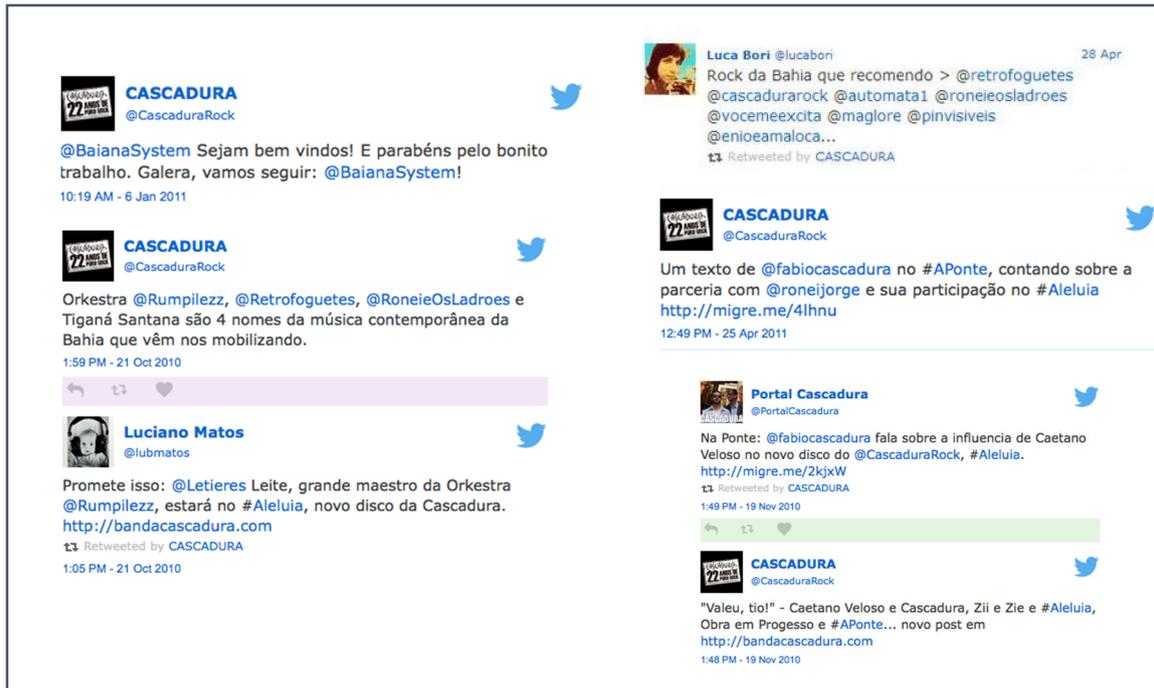


Figura 13



Figura 14



Figura 15



Figura 16 – A matéria também cita o Opanijé.

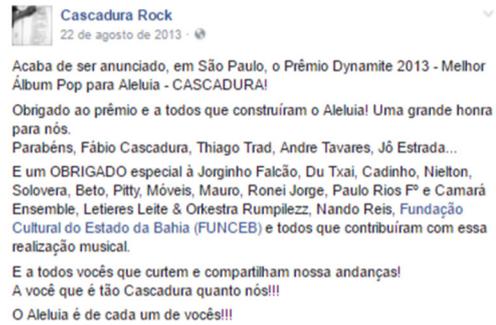


Figura 17 – O produtor musical André Tavares, comum aos três grupos, é mencionado pela Cascadura.



Figura 18



Figura 19



Figura 20



Figura 21 – Comentário de André Tavares, produtor musical ligado aos três discos com lançamento digital dos grupos analisados e elogio de integrante do grupo de Rap norte-americano Public Enemy



Figura 22

#### 4.5. Categoria 3: o trânsito entre a cena alternativa e *mainstream* ou cena mais comercial pelos veículos de comunicação nas redes sociais

Mesmo relativizado na contemporaneidade o conceito de *mainstream* ainda estrutura o raciocínio pautado nas entidades que representam os grandes grupos de comunicação, as gravadoras, entre outros. Um fator considerado como decisivo para essa amplitude do momento musical em Salvador foi a disseminação da informação pela internet o que, conseqüentemente, proporcionou visibilidade nacional e mundial ao fenômeno.

Essa visibilidade permitiu aos grupos locais, que antes tinham menor acesso aos recursos midiáticos, ganhassem mais voz, mais espaço tanto pelas versões online de veículos atrelados a grandes grupos de comunicação quanto a veículos menores, de modo a acompanhar a tendência do novo mercado musical de privilegiar o local. Essas associações também promovem uma disputa de poder entre os grupos e os canais que denotam mais credibilidade e alcance.

Neste período, pode-se elencar uma série de veículos de comunicação e *blogs* que reforçaram o posicionamento dos grupos quanto à conceituação da música produzida.

<b>Grupos</b>	<b>Local</b>	<b>Nacional</b>	<b>Internacional</b>
BaianaSystem	ATARDE Bahia de Som Salvador El Cabong Garimpo Música iBahia Leia Fly Revista Muito	O Globo Eu Ovo Gramophone Virtual Futuráfrica Multishow	Apple Music Fuji Rock Festival /Fuji Rock Express One Rpm Plankton – Japão
Cascadura	Bahia Notícias Correio 24h El Cabong Garimpo Música iBahia	G1 – globo.com JC Online - PE O Globo Lollapalooza @lollapaloozaBr Move The Jukebox MTV Brasil @MTVBrasil Música Terra @terramusicabr Revista da Cultura Revista Noize Rolling Stone Brasil Terra Notícias @TerraNoticiasBR TVbrasil Yahoo	
Opanijé	ATARDE Bahia Notícias Bahia de Som Salvador Blacktude BA Correio 24 Horas El Cabong Garimpo Música Grupo Metrópole iBahia Liga Baiana de B.boys e B.girls Salvador Update Semana Baiana de Hip- Hop	Artigo de Rua – MG Brasil Criativo SEC Blog Alessandro Buzzo – Coletânea “Nas Periferias do Brasil” Central Hip-Hop Correio Nagô Clube do Rap G1 – Globo.com MTV Brasil @MTVbrasil Portal Rap Nacional	

Tabela 2 – Uso de veículos de comunicação por bandas

É possível perceber a recorrência de veículos em que os três grupos são citados. Em primeira instância, os locais e, em segunda, os nacionais. Portanto, todos disputam praticamente os mesmos lugares de poder considerando um reconhecimento nacional por praticamente os mesmos canais de notícia como O Globo, G1 e MTV.

A banda Cascadura possui um destaque para associação com perfis de notícias voltados para a música de *rock* em âmbito nacional como a Rolling Stone, Terra Música e o Festival Lollapalooza, demonstrando ainda o predomínio e a força desse gênero na cultura musical. A expansão geográfica e o reconhecimento do grupo são notáveis por meio desses perfis. Já a

BaianaSystem adquiriu grande capital social com o reconhecimento internacional pela Apple Music, além da participação em festivais no Japão e Fuji.

A análise permite observar que o grupo Opanijé demonstra-se amplamente articulado com os canais locais e nacionais mais voltados para o nicho do *hip hop*. Isso comprova mais uma vez o pioneirismo e experiência do grupo na expansão da sua rede de contatos ao mesmo tempo que comprova a formação de um público mais restrito, que não acessa esses canais em âmbito nacional. No quesito local, a banda obteve maior exposição em uma maior variedade de canais do que os outros grupos, porém, aqueles fora do nicho *hip hop*, que tratam sobre notícias, cultura e música, em geral, coincidem com os outros grupos.

#### 4.5.1. Postagens das bandas BaianaSystem, Cascadura, Opanijé no Twitter

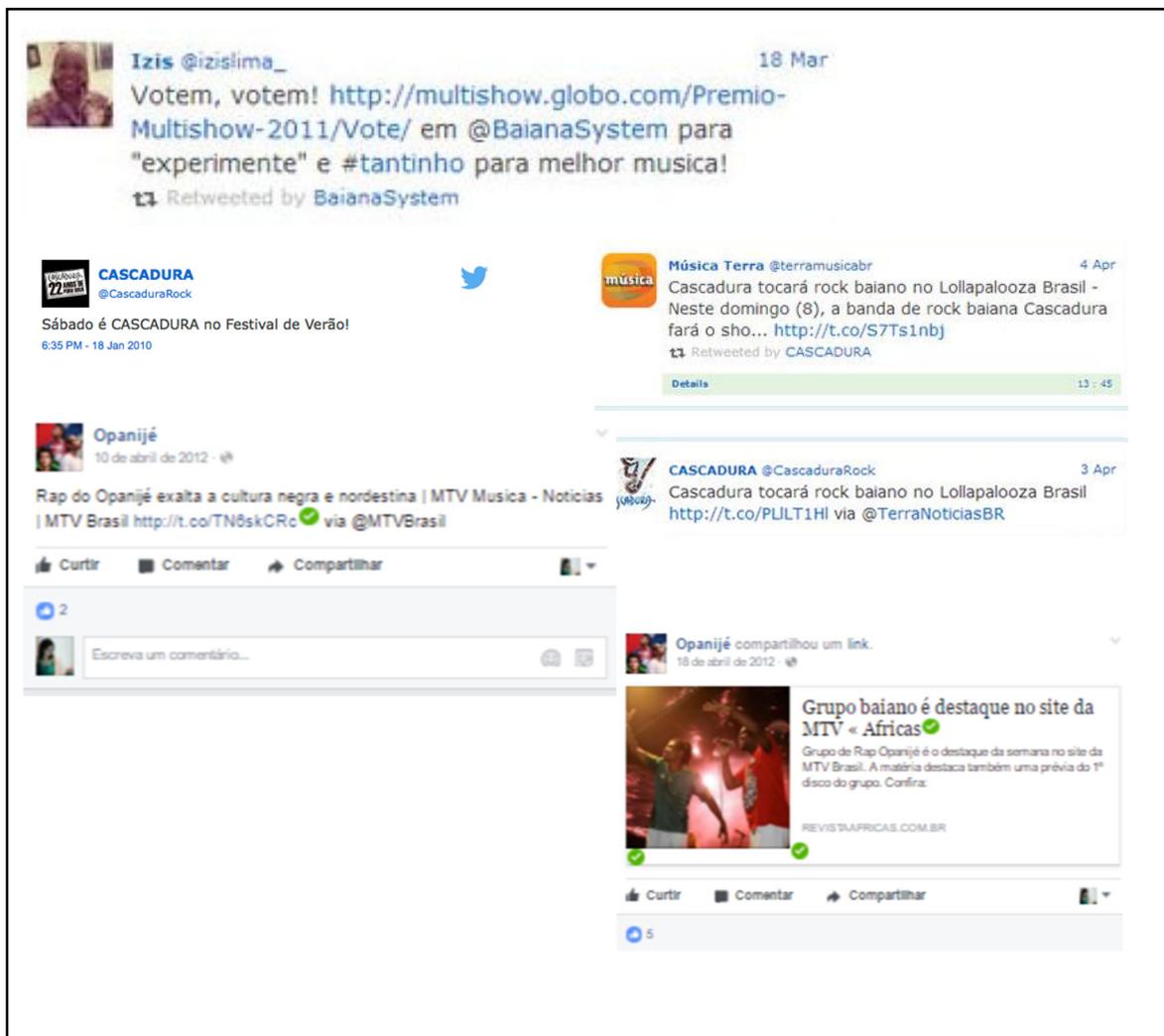


Figura 23

#### 4.6 Categoria 4: estratégia de Marketing. O estímulo ao consumo do fonograma virtual e gratuito

Outro ponto em comum entre todos os grupos foi a adoção do meio virtual como plataforma básica de comunicação, que se efetivou, quase ao mesmo tempo, entre todas as bandas. Dentro do período do recorte da pesquisa, a BaianaSystem lançou um EP, a Cascadura e Opanijé lançaram discos virtuais, todos pelo selo Garimpo Música.

Nos *sites* de redes sociais foi possível ver o quanto os grupos estavam encaixados e familiarizados com o que Michel Hershman (2013) apontou como o processo atual de reestruturação do mercado da música. Desde quando anunciaram a disponibilização gratuita das músicas para *download* ou em plataformas como Soundcloud ou YouTube ou ainda a distribuição do disco físico nos pontos de venda alternativo ou em *shows*, toda a divulgação foi feita *on-line* pelo relacionamento com os consumidores através de *sites* de redes sociais. Desta forma os grupos promoveram a interação com o público pela articulação e mobilização *on-line* e *off-line*. A BaianaSystem, por exemplo, defendeu a venda de seus EPs como parte de uma estratégia pirata, semelhante à estratégia do *punk rock*.

##### 4.6.1 Postagens das bandas BaianaSystem, Cascadura, Opanijé

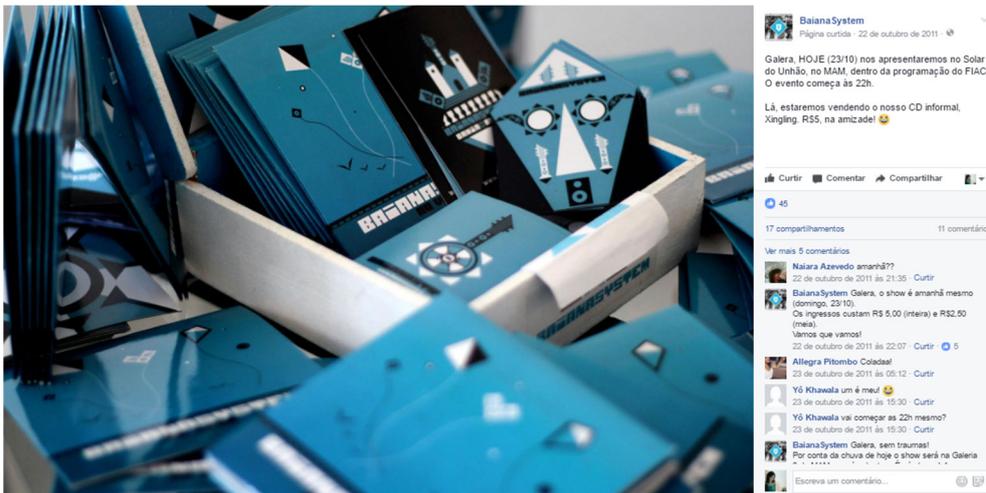


Figura 24

**DONWLOADS**



Trad e Cascadura podem ser ouvidos pela internet

■ Em tempos tecnológicos, muitas bandas têm apostado no marketing (um tanto batido e nem sempre vitoriosos) de, propositalmente, vazarem seus discos na internet. A artimanha, cujo objetivo nem sempre é alcançado, é despertar a curiosidade e bombar na divulgação. Mas esse não foi o caminho escolhido pelos soteropolitanos do Cascadura, que fizeram virtualmente o lançamento de *Aleluia*, quinto álbum da banda, antes de liberá-lo fisicamente. Duplo, o álbum idealizado pelos músicos Fábio Cascadura e Thiago Trad – que abriga nada menos do que 22 faixas e traz uma gama de possibilidades lírico-sonoras – está disponível para download no Facebook do grupo ([www.facebook.com/cascadura.rock](http://www.facebook.com/cascadura.rock)), sofisticada a produção cita os Ncvos Baianos, e também dá um rolê pelas ruas, gírias e tipos de Salvador. As canções têm sabor especial para quem vive ou conhece a cidade. A faixa “Mulher de Roxo”, uma lenda local, por exemplo, é adocicada pela voz da cantora Pitty. “Nunca imaginei” tem parceria com Nando Reis.

Destaque para a jovem guardiãna “O Tempo Pode Virar” e também para os rockões “O Rei do Olhar” e “Colombo”. As ilustrações que compõem a arte gráfica de *Aleluia*, assinadas pela dupla de artistas visuais Izziag e Ananda Nahu, concedem mais beleza à obra e merecem ser apreciadas.

CRISTIANO BASTOS

**Cascadura Rock**  
Página curada · 27 de junho de 2012 ·

O CASCADURA - e o Aleluia - na Rolling Stone Brasil de junho de 2012.

51  
15 compartilhamentos

Escreva um comentário...

Figura 25

**Cascadura Rock com Vitor Charotta**  
19 de novembro de 2012 ·

Para quem estava esperando, CHEGOU!  
#AleluiaCASCADURA, o disco físico, já nas lojas!

Lançamento do Garimpo Música, selo fonográfico independente da produtora baiana Cada Macaco no seu Galho. Os pontos em que o Aleluia está distribuído estão listados na página [www.garimpomusica.com.br](http://www.garimpomusica.com.br), que também oferece a possibilidade de venda online para qualquer lugar do país ou do exterior.



**ALELUIA** novo disco do **CASCADURA** já nas lojas

um lançamento Garimpo

oficial do Brasil

Figura 26

**Opanijé** Compartilhado a 10 de dezembro de 2013 ·

Curtiu · Seguindo · Compartilhar · ...



**Garimpo Música** em Bahia.  
10 de dezembro de 2013 ·

Conheça: <http://garimpomusica.com.br> ✓

Ouçã no Rdio: [http://www.rdio.com/label/Garimpo\\_M%C3%BAsica/](http://www.rdio.com/label/Garimpo_M%C3%BAsica/) ✓

Ouçã no Soundcloud: <https://soundcloud.com/garimpomusica> ✓

... Ver mais

Curtir · Comentar · Compartilhar · ...

4

**Elen Rebeca** @elenrebecas · 6 de jun de 2010  
<http://www.myspace.com/opanije> Som de #Opanijé Muito bom!

Figura 27

#### 4.7 Categoria 5: Retorno do público e interações

Nesse tópico procuramos observar um importante grupo de atores, os fãs. “Muito mais do que caracterizar uma preferência, ser fã transformou o modo de agir e de pensar de grande parte da sociedade. O fã age, consome, produz, articula, milita, critica e propaga de acordo com características do seu grupo, do seu *fandom*<sup>61</sup> (REZENDE, NICOLAU, 2014, p. 2). Os fãs de artistas articulados em comunidades, segundo Soares (2016), compõem um dos pontos de partida para estudar a música *pop*, compreendida assim pelas estratégias de mercado e midiáticas que adota.

Segundo Jenkins (2008), fãs são o segmento mais ativo do público das mídias, aquele que se recusa a simplesmente aceitar o que se recebe insistindo no direito de se tornar um pleno participante. A participação por meio de interações é a principal característica dos *sites* de redes sociais que permite a manifestação dos fãs dos grupos musicais em busca de capital social, que para Putnam "refere-se a conexões entre indivíduos-redes sociais e as normas de reciprocidade e confiabilidade que surgem deles" (PUTNAM, 2000, p.19). Comentários<sup>62</sup> positivos, neutros, menções, *likes*<sup>63</sup>, compartilhamentos<sup>64</sup> e *retweets*<sup>65</sup> são algumas das formas de se identificar essas interações no Facebook e Twitter.

É possível perceber que o público acompanha a evolução dos artistas através dos *sites* de redes sociais. Quanto mais os perfis estimulam, publicam, mais obtêm o retorno do público. Esse desenvolvimento ocorre também de acordo com os *sites* de redes mais utilizados no momento. Entre 2010 e 2011, os perfis da Cascadura e Opanijé eram mais ativos no Twitter e de 2011 a 2013 passaram a atualizar mais o Facebook também. Com exceção da BaianaSystem, que aderiu ao Twitter em 2011 e intensificou sua atividade no Facebook entre 2012 e 2013. Nota-se que houve um movimento tardio nos *sites* de redes sociais da BaianaSystem em relação

<sup>61</sup> Termo em inglês que significa grupo de fãs.

<sup>62</sup> “Os comentários, por sua vez, são as práticas mais evidentemente conversacionais. Trata-se de uma mensagem que é agregada através do botão da postagem original, é visível tanto para o autor da postagem quanto para os demais comentaristas, atores que “curtam” e compartilhem a mensagem e suas redes sociais. É uma ação que não apenas sinaliza a participação, mas traz uma efetiva contribuição para a conversação” (RECUERO, 2014, p.120).

<sup>63</sup> Reação positiva a uma publicação demonstrada ao clicar no botão em forma de polegar positivo que a acompanha. “Curtir uma informação, assim, parece ter uma série de funções conversacionais. É vista como uma ação positiva, no sentido de gerar valores de capital social e agregar esses valores à relação entre os atores envolvidos. Curtir é também legitimar a face e apoiar a mensagem (e aquele que a divulgou), no sentido que Goffman (1967) propõe. Não apenas recebe-se um reforço da aceitação da face, como também manifestações que são compreendidas como reforços de capital social reconhecendo a relevância, a importância e o apoio àquilo que foi publicado” (RECUERO, 2014, p.120).

<sup>64</sup> Quando se trata do botão compartilhar, Recuero (2014) indica que a principal função é a ampliação do alcance do que foi publicado e demonstra que o usuário acha relevante o conteúdo divulgado.

<sup>65</sup> Reprodução do conteúdo de um perfil do Twitter em outro perfil na íntegra.

aos outros grupos, porém há um aumento efetivo das interações pelo Facebook a partir do momento em que o grupo se consolida como produto audiovisual e ganha visibilidade e críticas positivas em diversos veículos de comunicação e entre os próprios músicos da cena musical local.

A BaianaSystem atualizava seus perfis com menos intensidade do que os outros grupos. No entanto, preocupava-se com o conteúdo. Apostava mais em imagens e vídeos promovendo sensações estéticas que geravam mais comentários, ao passo que a banda Cascadura produzia textos mais longos, mesmo quando acompanhados de imagens, e replicavam textos do *blog* que explicavam as faixas do novo disco prestes a ser lançado, o que exigia do público uma apreciação e retorno mais apurados. Ainda assim, a banda possuía grande aderência e fidelidade do seu público pelo teor dos comentários no Facebook, conteúdos replicados (RTs) e menções no Twitter.

O grupo Opanijé, mesmo atualizando com muita frequência, demonstrava ter uma rede mais específica e chegou a relatar trezentas pessoas conectadas ao seu perfil do Facebook. Com conteúdos mais voltados à divulgação de *shows*, participações e cobertura fotográfica de eventos passados, o grupo apresentou pouca inovação em audiovisual com apenas um clipe produzido na época. O hiato entre o anúncio da gravação do disco novo, a liberação de algumas faixas e o lançamento do produto fonográfico, além da falta de um conteúdo que suprisse essa lacuna arrefeceu um tanto a participação do público nos perfis do grupo. Já a banda Cascadura se mantinha com atualizações dos bastidores da gravação no *blog*, pílulas em vídeo, dentre outros. Tanto a BaianaSystem como a Cascadura obtiveram muito mais exposição e espaço na mídia durante todo o período da pesquisa e o Opanijé mantinha aparições pontuais mais próximas ao lançamento do disco.

O princípio das redes sociais está em “um grupo de pessoas de pensamento parecido que se reúnem em um lugar comum para partilhar pensamentos, ideias e informações sobre si próprios.” (DA SILVA; TESSAROLO, 2016, p. 2). Deste modo, é possível perceber quase uma unanimidade de *feedbacks* em concordância com os grupos; alguns usuários, contudo, vão além e emitem juízo de valor positivo. Também foram observadas algumas coincidências de público, o que leva a concluir que, de um modo geral, os grupos atendiam ao amplo nicho da cena musical alternativa de Salvador, ainda que resguardassem algumas nuances.

O público da BaianaSystem demonstrou-se mais participativo no Facebook, e era composto por gente mais jovem, que nem sempre obteve o retorno do grupo. No geral, tanto o público feminino quanto o masculino interagem de forma intensa exibindo comentários positivos sobre a experiência visual, sobre o som, confirmando presença nos *shows* e

mencionando mais amigos, convidando-os para os eventos, além de solicitarem sempre informações sobre produtos como camisas e CDs. Não houve registro de interação com os perfis de integrantes do grupo, o que confirma a opinião dos grupos no capítulo dois, uma vez que o fato de não manifestarem pontos da vida pessoal dos artistas promovia certa distância do profissional.

O público da banda Cascadura variava entre jovens e pessoas de faixa etária maior, uma vez que, no período, a banda completava dezoito anos. Foi possível destacar comentários que partiam, sobretudo de pessoas do sexo masculino, no Facebook, muito ligadas ao consumo do *rock*. No Twitter essa interação era mais fluida tanto de homens quanto de mulheres. Havia participação intensa de pessoas ligadas ao ciclo de amizade do grupo tendo a vocalista, a jornalista e assessora de imprensa da banda como influenciadores, principalmente no Twitter.

O Opanijé, por sua vez, tinha um público feminino maior, e o predomínio das interações estavam no compartilhamento de trechos de músicas como forma de manifestos, clipes e elogios ao grupo. Lázaro Erê, fundador do grupo, compositor e vocalista, também interagiu com seu perfil pessoal. A maior parte das interações foram registradas no Twitter.

Enfim, foram observadas interações de pessoas associadas aos perfis da BaianaSystem e do Opanijé, revelando, assim, a aproximação conceitual no quesito inovação, crítica social, estética e ritmo. Também foram vistas pessoas que apenas seguiam Opanijé por se considerarem mais engajadas com a cena *rap*, com a arte urbana, com causas sociais específicas.

Destaca-se também a adesão ao conteúdo audiovisual pelos fãs de todos os grupos. Trechos de músicas acompanhados de *links* foram bastante compartilhados, além de menções e comentários positivos a cada nova música compartilhada, elogios aos novos discos, parcerias e escolhas de repertório bastante elogiadas, o que revelou um padrão de comportamento do público. O acesso gratuito ao conteúdo, por seu lado, foi um fator que mais desenvolveu interações a partir de afetos. Houve casos de pessoas que seguiam e eram fãs dos três perfis. Abaixo, um exemplo do trânsito de perfis conectados aos grupos.

<b>Perfis de fãs conectados aos grupos</b>		
<b>BaianaSystem</b>	<b>Cascadura</b>	<b>Opanijé</b>
Adriana Prates – Facebook	Mazinho Santos @mazinholuiz	Elen Rebeca @elenrebecas
Alan Benedito – Facebook	Luh D’Oliveiras @luh_1503	Geo Cardoso @georgecardoso
Carine Pimentel – Facebook	Fábio Cascadura @fabiocascadura	Lucas Jerzy Portela @ultimobaile
Diogo Tavares – Facebook	Paula Berbert @PaulaBerbert	Sista k @xSistakx
Graco Vieira – Facebook	Lê Bahia – Facebook	Láisa Costa – @laisa_costa

Jeronimo Sodré – Facebook	Wayne Bruce – Facebook	Shirley Boa Morte
Nubia Maria Barreto - Facebook	Ualton Moncorvo de Oliveira –	@shirleyboamorte
Paula Reis – Facebook	Facebook	Láise Lima @laysebelly
Leandro Afonso @leandro_afonso	Láisa Costa – Facebook	Daiane @nandeday
Lucas Jerzy Portela @ultimobaile	Tiago Moura @curtocircuito	DJ Tau Brasil @_T_A_U_
Láisa Costa – @laisa_costa		Sandro Sussuarana
		@Poeta_deRua

Nomes antecedidos pelo “@” representam perfis do Twitter.

Tabela 3 – Perfil de fãs conectados por bandas

Dentre os grupos reunidos nas redes sociais de cada grupo pôde-se comprovar a semelhança de modos de agir e pensar, a partir das atividades desempenhadas pelos atores e interesses demonstrados em perfis curtidos ou seguidos. Os perfis listados acima, em sua maioria, são de pessoas interessadas em artes, cultura e música, que sugerem possuir um padrão social e econômico mais abastado, além de estudantes da Universidade Federal da Bahia ou de outras faculdades particulares da área de humanas e ciências sociais. Entre o público profissional foram detectados DJs, jornalistas, publicitários, professores, funcionários de espaços de cultura de Salvador.

Tem-se as seguintes palavras-chave mais indicadas pelos fãs de cada grupo:

- a) BaianaSystem: *show*, carnaval, melhores, mistura, criativo, delícia, experiência visual, sucesso, respeito, mestre, boa música, terapia, encontro, adoro, massa
- b) Cascadura: *show*, Aleluia, *rock*, diferente, CD genial, parabéns, sonzeira, representa, canção, linda, salto, moderno, orgulho, massa, ícone, música brasileira, papel, novo cenário musical, processo;
- c) Opanijé: *rap* nacional, *show*, Pelô, massa, coisa linda, rap baiano, fã, ensaio, Rumpilezz, Thaíde, riqueza cultural, exceção, feliz, parabéns, emocionante.

4.7.1 Postagens mais comentadas no Facebook e Twitter



Figura 28



Figura 29

**CASCADURA** @CascaduraRock  
 @tapetepersa valeu!!  
 9:15 PM - 2 Apr 2010

**Larissa, a Uerba** @lariuerba  
 Ps: Olha que maaaassa! @cascadurack na 1ª página do Yahoo: <http://colunistas.yahoo.net/posts/966.html> matéria legal do Kid Vinil.  
 Retweeted by CASCADURA  
 9:14 PM - 2 Apr 2010

**TAPETEPERSA** @tapetepersa  
 Sigam, Ouçam --> @CascaduraRock , Banda de Salvador / Bahia ! Mto boa ! Olhem isso: <http://migre.me/sYNN> #PREZA demais! Rock Mérmol!  
 Retweeted by CASCADURA  
 9:14 PM - 2 Apr 2010

**Mazinho Santos** @MazinhoLuiz  
 parabéns ao melhor som da Bahia! @CascaduraRock #Cascadura19anos. aguardando #aleluia angustiadamente!  
 Retweeted by CASCADURA  
 7:37 PM - 21 Apr 2011

**geo cardoso** @georgecardoso · 15 de abr de 2012  
 A galera do @opanije mostra a cara do rap baiano para o Brasil! Quero logo escutar esse CD! Axé! [migre.me/8H1dE](http://migre.me/8H1dE) #opanije

**Opanijê**  
 4 de dezembro de 2011 ·  
 Somos 300. Parece pouco? Não pra nós...  
<http://t.co/cq9Buh6i>

**Lucas Jerzy Portela** @ultimobale  
 ou seja: o discurso do hip-hop é um impasse neurótico, justo onde o pagodão é um mais-além festivo. Exceção feliz: @opanije, bahianérrimo!

Figura 30

**Banda Cascadura – A Ponte » Blog Archive » Um mestre entre nós!**  
 Percussionista experimentado, já tocou com gente como Jimmy Cliff, com quem excursionou pelo mundo, e hoje é considerado uma referência no que diz respeito...  
 BANDACASCADURA.COM

**Lê Baia Gabi Guedes**, Jazz no MAM ( Salvador ), todos os sabado estava lá pra apreciar seu trabalho assim como o do Ivam Bastos Ivam Holl. Esse cara é um Alquimista no que se diz respeito a harmonia percussiva. Parabens a Banda Cascadura por convidar esse icone da musica Brasileira.  
 10 de maio de 2012 às 18:26 · Curtir · 1

**Wayne Bruce** Não doeu a guela não, Fabão? kkkkkkkkk  
 10 de maio de 2012 às 20:05 · Curtir

**Cascadura Rock**  
 11 de maio de 2012 ·  
 Sexta-feira à noite em casa?  
 Liga o som aí! ALELUIA!  
[http://www.facebook.com/cascadura.rock/app\\_2405167945](http://www.facebook.com/cascadura.rock/app_2405167945)

**Cascadura Rock**  
 Rock da Bahia desde 1992 [www.bandacascadura.com](http://www.bandacascadura.com)

**Rafael Alves** e não é que já estava ligado? rs  
 11 de maio de 2012 às 23:05 · Curtir · 1

**Ualton Moncorvo de Oliveira** baixei o disco a pouco mas só na primeira audição já deu pra notar que a banda está prestes a dar outro grande salto!! é nitido o cuidado com os arranjos, e a qualidade das letras.posso estar enganado mas ao que me parece esse não é apenas um disco de rock. é um disco de músicos com conhecimento e amadurecimento para agregar novos elementos a sua musica sem soar "muderno" como muitos tentam, e sem deixar de ser cascadura.vamos ouvir mais algumas vezes para digerir melhor a porradá!!!  
 12 de maio de 2012 às 18:40 · Curtir · 1

Figuras 31 e 32

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa dissertação possibilitou a análise de uma série de particularidades atreladas à cena musical alternativa de Salvador e ao uso dos *sites* de redes sociais. No primeiro capítulo ficou evidente a importância da música enquanto comunicação, cola cultural, modo de representação de gostos, estilos dos grupos que interagem por meio da nova socialidade ou sociabilidade transitando entre neotribos, comunidades físicas e virtuais. Outro ponto a se destacar é a influência comprovada que os próprios músicos e integrantes de grupos musicais exercem no mercado musical, fonográfico e nas suas linguagens, estratégias, formas de se comunicar com seu público.

A cena musical alternativa de Salvador ganhou mais visibilidade na própria cidade e estado, mas também em âmbito nacional e até internacional. Deste modo, as bandas passaram a ser referência de criatividade e inovação na produção musical de Salvador, que antes era reconhecida apenas pelo produto da indústria cultural dos anos 80, o Axé Music.

A modificação de comportamento do público, não restrita ao consumo por estilo, mas pela aproximação com os artistas e acesso aos conteúdos, despertou o interesse da mídia para as cenas locais consideradas mais alternativas e seus artistas, o que colaborou no impacto nacional e internacional. No segundo capítulo a discussão foi expandida em torno dos depoimentos e pontos de vista dos próprios grupos, a respeito da ideia de cena musical alternativa, da dinâmica da cena local, além da importante função da internet e redes sociais como recursos próprios de comunicação.

De modo sumarizado, pode-se destacar que mesmo como o mais politizado, o grupo Opanijé não utilizou os *sites* de redes sociais para levantar bandeiras sobre causas políticas. Ao contrário, a banda deixou claro que se tratava de um canal para divulgar informações sobre o grupo, ao mesmo tempo que exibia seu pertencimento ao nicho do *hip hop* e aos movimentos negros da cidade. Porém, nota-se que seu público possuía um engajamento motivado por questões sociais, raciais, além de utilizar mais o Twitter, uma rede pautada na informação. A presença e participação do grupo nas redes sociais simbolizou a reinserção do movimento hip hop no circuito musical local, a quebra de um hiato na produção, além da abertura do olhar para a cultura que se criou em torno do nicho em bairros e eventos específicos. As bandas BaianaSystem e a Cascadura, por sua vez, se aproximaram mais do que Motti Regev (2013) indicou como a efervescência do *pop rock* mundial em termos de sonoridade, uma estratégia como um todo.

Motti Regev (2013), em sua estética do cosmopolitismo na pós-modernidade indica a legitimação de um modelo global para a produção de música popular contemporânea a partir da fusão e criação do *pop rock*. Segundo ele, esse padrão moldou a forma como músicos e audiências interagem com determinados sons e sentidos. “Essas interações levaram a emergência e consolidação de estilos nacionais, étnicos e estilos locais de pop-rock, e, também, à crescente conectividade, proximidade e sobreposição entre culturas de música popular ao redor do mundo (REGEV, 2013, p.55).

A fidelidade do Opanijé a uma música de nicho como o *rap* isso pôde se refletir na diferença de *likes*<sup>66</sup> e comentários no Facebook em relação ao BaianaSystem e Cascadura, por exemplo. Foram, aproximadamente, 2946 *likes* nos posts da BaianaSystem, 1210 para os da Cascadura e 538 em posts do Opanijé. Quanto aos comentários, foram, aproximadamente, 412 para a BaianaSystem, 60 para a Cascadura, 35 para o Opanijé. Em compartilhamentos, foram aproximadamente 946 de posts da BaianaSystem, 221 da Cascadura e 193 do Opanijé. O número de tweets e retweets foi considerado discrepante entre os grupos, também pela adesão tardia da BaianaSystem impossibilitando a comparação numérica entre os mesmos no Twitter.

Há uma visível diferença entre conteúdo de *shows*, lugares dos eventos publicados pelo Opanijé e os outros grupos. Fica clara a segregação que o grupo tenta desconstruir a respeito do *rap* na Bahia, e em Salvador. Mesmo assim, o impulso das redes sociais marca a quebra de um hiato na cena hip hop que passa a ter visibilidade foi possível ocupar a cena musical alternativa de Salvador de forma mais ampliada

A opinião destes atores ganhou ainda mais credibilidade com a incursão no meio acadêmico, mas também pelo capital social e conhecimento adquirido por outros meios, como é o caso dos *rappers* do Opanijé, que trouxeram a formação religiosa dos terreiros de candomblé e cultura afro-baiana, além dos conhecimentos sobre a cultura urbana do *hip hop* e prática dos DJs para seu trabalho. Essas formações multidisciplinares permitiram algumas rupturas de paradigmas e ampliação de possibilidades no campo do gosto musical.

No terceiro capítulo, foram cruzadas as informações publicadas nos perfis dos três grupos a partir das quatro categorias: a) para além dos gêneros musicais, uma categorização pelos grupos e por outros; b) alianças com outros artistas, marcas, entidades, lugares para compor o perfil; c) o trânsito entre a cena alternativa e *mainstream* ou cena mais comercial pelos veículos de comunicação nas redes sociais; d) estratégia de Marketing e o estímulo ao

---

<sup>66</sup> Botão do Facebook que acompanha os posts e indica reação positiva do usuário ao conteúdo publicado.

consumo do fonograma virtual e gratuito. Por fim, observamos o retorno do público e interações.

O número de likes aumenta consideravelmente no ano de 2013 para a BaianaSystem e demais grupos, o que pode ser atribuído à popularização da rede social, intimidade do usuário com a ferramenta e conhecimento e interesse sobre o grupo. Alguns exemplos em números podem ser destacados, desta forma, o post com maior número de likes da BaianaSystem foi o anúncio do show gratuito na Praça Castro Alves publicado em 7 de fevereiro de 2013 (ver anexo), com 234. Curumin, Mateus Aleluia e Luis Caldas foram os artistas vinculados aos posts com mais likes da BaianaSystem. 122, 14 e 166 (figuras 11, 12 e 28, ver também anexos). Esse último com 102 compartilhamentos no mesmo post que se tratava de anúncio de show.

O post da Cascadura com maior número de likes, 226 (figura 17), foi sobre a indicação do disco Aleluia ao Prêmio Dynamite 2013, de São Paulo, como melhor álbum pop que reafirma o aumento do alcance territorial do grupo ao utilizar a internet em sua estratégia. Outro post, com 89 likes, foi sobre o lançamento do disco físico (figura 26). Uma vez que todos os fãs já tinham acesso ao produto virtual, foi possível notar um conhecimento prévio da obra e reação positiva à estratégia que sugere que não é obrigatório o pagamento para ter acesso ao conteúdo, muito mais democrático. O disco, as músicas, parcerias e o tempo de estrada da banda, as definições e qualificações do trabalho do grupo são os assuntos de grande importância nos perfis.

Os posts de maior compartilhamento na Fanpage do Opanijé foram os de convite para a participação no Festival Black Atitude, com shows da BaianaSystem e Ilê Ayê, 64, além do convite para um show em conjunto com Letieres Leite e Orkestra Rumpilezz e Lazzo Matumbi, com 24, em novembro e outubro de 2012 (ver anexos), além do post da matéria em destaque no jornal Correio, já em novembro de 2013 (ver anexos), com 54 compartilhamentos, na capa da seção Vida. Destaca-se, também, o post com maior número de likes, 30, foi o compartilhamento de foto da participação do MC Thaíde no show do Opanijé, pelo perfil do Portal do Rap, com repercussão nacional (ver anexos). O MC carioca também exerceu grande influência no movimento hip hop do Brasil nos anos 1990. As participações no Sarau da Onça e em shows na Senzala do Barro Preto, reduto do grupo musical que cultua as matrizes africanas, Ilê Ayê colocaram o Opanijé em posição de destaque nos seus perfis.

O post com a BaianaSystem em estúdio na página do Opanijé obteve apenas dois likes o que pode ser interpretado como uma falta de conhecimento a respeito do grupo em 2011 por

parte do público, ou por não ser do interesse musical deste, uma vez que a proposta da baiana é mais ampla do que apenas o hip hop, mais pop.

O vocalista do Vivendo do Ócio foi um influenciador da Cascadura entre o público mais jovem pela sua popularidade sobretudo no Twitter, com 23 RT em um tweet (ver anexos). Na época, os perfis mais populares costumavam ter entre 500 e 1000 seguidores.

Pela leitura destes aspectos, ficou clara a importância da convergência digital, do acesso à internet e uso das redes sociais como agentes potenciais de um movimento de mudança de pontos de vista e de consumo da música local. Aqui, a ideia de bandas independentes retorna e se encaixa nos métodos de comunicação que confere mais autonomia e espaço aos grupos locais, como afirma Manuel Castells (2013):

Autonomia refere-se à capacidade de um ator tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade segundo seus próprios valores e interesses. A transição da individuação para a autonomia opera-se por meio da constituição de redes que permitem aos atores individuais constituírem sua autonomia com pessoas de posição semelhante (CASTELLS, 2013, p. 166).

Desta forma, as redes analisadas possuíam uma outra característica prezada pelo método perspectivista; redes temporais. Foi possível perceber, a partir deste viés, a evolução das opiniões ali deixadas pelos grupos que foram ora sustentadas, ora complementadas e que ganhavam cada vez mais aderência por parte da rede de “amigos”, de fãs e dos veículos de comunicação.

Thiago Trad reitera a discussão sobre a utilização de estratégias de comunicação e de mercado advindas do *rock* e que foram potencializadas pela cibercultura a fim de reconfigurar a indústria fonográfica e da música. Para ele esse posicionamento do grupo e seu conjunto de ações de comunicação e marketing adotadas faz com que a banda Cascadura não seja mais considerada por ele como alternativa. Sua compreensão se aproxima da noção associada à contracultura.

Já para o grupo Opanijé (2017), o conceito que se tinha do alternativo no mundo era algo fora dos padrões comerciais e diferente do que ocorre hoje em dia, como por exemplo, em grandes festivais, como o Lollapalooza, que contam até com transmissão televisiva. Criado em 1991 pelo líder da banda de rock Janne's Addiction, o Festival Lollapalooza representou a apropriação e potencialização dos ideais de contracultura, de cenas alternativas, inspirado nos festivais de rock do passado (Woodstock) com uma proposta mais comercial. Como concluem Garofalo e Waksman (2013):

Se Lollapalooza foi projetado para criar um novo veículo em larga escala para a promoção de valores alternativos, porém, como os festivais de rock dos anos

passados, também desempenhou seu papel em transformar os impulsos contraculturais do movimento em algo acessível ao mercado de massa. (GAROFALO, WAKSMAN, 2013, p. 377).<sup>67</sup>

Pode-se concluir que todos os grupos se afastaram da ideia de alternativo relacionada ao *underground*, ao fora do circuito ou estratégias alternativas ao mercado musical, em determinado ponto. Isso porquê as próprias estratégias consideradas alternativas estão incorporadas às mudanças do mercado musical com destaque para as participações da BaianaSystem e Cascadura em festivais que torna mais acessível esse tipo de música no sentido de serem produções locais com experimentos rítmicos. O impacto deste ponto foi percebido pelas redes sociais, quando a Cascadura, por exemplo, replicava as notícias do perfil do Twitter oficial do Lollapalooza, que promove a ideia de alternativo, porém apresentam uma megaestrutura e ampla utilização de estratégias comerciais e midiáticas. Essas opiniões nem sempre ficam tão claras nos conteúdos produzidos pelos músicos e nas amostras coletadas, uma vez que há a constante repetição do termo cena alternativa a título conceitual ou pela força do hábito.

Pode-se concluir, neste quesito, que os perfis analisados são influenciadores pelo conjunto de transformações que operaram na cena musical local. O pioneirismo em profissionalizar as estratégias de comunicação e mercado, incluindo internet como meio básico para o lançamento de um disco virtual, ou ainda para lançar um projeto denominado sem estilo musical definido, ao mesmo tempo que promove, incentiva uma abertura da cena *rock* e do *rap* para outras possibilidades. Isso, sem contar a rede de pessoas e canais de comunicação que foram mobilizados. Tudo isso foi potencializado pela intensa participação nos *sites* de redes sociais que permitiu a criação de conteúdos autorais e exclusivos em textos, imagens e vídeos, disseminando opiniões, pontos de vistas dos grupos a respeito de suas próprias obras, mas também dos diversos contextos em que se encontravam inseridos, seja sobre música, sobre a cidade. Além disso, as redes possibilitaram a criação de um conjunto de opiniões, de compartilhamentos, com significativa repercussão obtida em diversos veículos.

Fábio Malini (2016) atribui grande importância ao que se entende pelo grau, nível de engajamento e participação numa causa ou discussão *on-line* associada às atividades de publicações de um perfil.

A noção de grau é relevante de ser aplicada em situações de análise de mobilizações política, cultural e social, porque nesses contextos os perfis de redes sociais desejam massificar um tema ou acontecimento através de dupla operação:

---

<sup>67</sup> If Lollapalooza was designed to create a new, large-scale vehicle for the promotion of alternative values, though, like the rock festivals of years past it also played its part in turning the countercultural impulses of the movement into something amenable to the mass market (GAROFALO, WAKSMAN, 2013, p. 377).

1) publicando mensagens originais, que tendem a ser mais ou menos compartilhadas em função da quantidade de amigos e seguidores; 2) republicando mensagens úteis (frequentemente produzidas por perfis pouco populares), para demonstrar que não se está sozinho na difusão de um assunto, ao mesmo tempo, criar assim uma estratégia emocional comunal, pois produz e participa de grupos de interesse que visam “subir uma tag”, isto é, tornar um assunto conhecido por pessoas cujos laços são fracos com os grupos de interesses, que possuem um caráter mais identitários (MALINI, 2016, p. 16).

Deste modo, pode-se concluir que os grupos BaianaSystem, Cascadura e Opanijé estavam comprometidos em promover uma discussão acerca da produção musical local, da cena alternativa, dos gêneros musicais, reforçando pontos distintivos de cada trabalho. Sobre esse último aspecto, Mike Featherstone (1995) discorre que:

Para tanto, ainda é preciso dar ênfase à produção de preferências distintivas por estilos de vida e bens de consumo; mas convém descer do alto nível de generalidade que enfatiza os processos sociais e culturais e a lógica do capitalismo que podem ser vistos como fatores que puseram em evidência o estilo de vida para uma consideração da produção das preferências de estilo de vida no âmbito de um espaço social estruturado, no qual vários grupos, classes e frações de classe lutam e competem para impor seus gostos específicos como "os" gostos legítimos e, por meio disso, quando necessário nomear e renomear, classificar e reclassificar, ordenar e reordenar o campo. (FEATHERSTONE, 1995, p. 124)

Trata-se de voltar o olhar, não para uma suposta relação de poder ou conflitos entre os grupos, mas ao desejo dos mesmos de fortalecimento da representação musical local, à participação do mercado musical como um todo, para além das questões financeiras, mas também de prestígio, credibilidade e influência. Tal aspecto procura sobrepor um comportamento que antes privilegiava e generalizava a música local em uma única categoria com o gênero Axé Music, que na verdade sempre esteve longe de abarcar toda a diversidade que se encontra em Salvador, na Bahia.

Segundo Goli Guerreiro (2000), “o sucesso comercial da axé-music causou grande polêmica e o estilo foi inúmeras vezes acusado de ser uma arte menor, banal, vulgar, etc. (2000, p. 134). Considerando que essa repulsa também partia daqueles que gostavam e se identificavam com o *rock* – antes, os principais representantes das cenas alternativas-, pode-se dizer que hoje ainda existe uma tensão entre os grupos e a referência de uma indústria fonográfica altamente excludente e monopolizadora. Mesmo assim, admite-se uma flexibilidade na apropriação de elementos já utilizados nesse estilo *rock*, sob a justificativa de resgatar elementos tradicionais da cultura local, como a estética afro-baiana e a promoção da diversidade. Afinal, pudemos observar que, ainda que tentassem fugir dos rótulos, os grupos musicais buscaram novos termos para uma gramática que contemplava o global e o mundial, mas também o local, o híbrido e o contemporâneo no intuito de reforçar a ideia de uma “nova música baiana”.

Este trabalho teve o objetivo de contribuir para os estudos sobre a música na Bahia destacando a importância do período do recorte, dos grupos e página analisada como foi justificado na dissertação. É evidente a relevância que a música produzida em Salvador tem para a vida das pessoas que aqui vivem e o interesse que ela desperta nos estudiosos, na mídia de diversas localidades, principalmente nas relações operadas em torno de um consumo musical num cenário que vem se desenhando em um trânsito retroalimentado pelo ciberespaço e pelos espaços ocupados.

Entretenimento, estilo de vida, mercado, moda, lazer, laços de afeto são alguns dos aspectos que podem ser aprofundados a partir da ideia de música enquanto comunicação. Os grupos analisados foram representativos na época e continuam sendo. Do momento da elaboração do projeto de pesquisa ao momento da apresentação do trabalho muitas transformações na cultura como um todo, na cultura digital, no mercado fonográfico, bem como na cena local, apontadas como tendência se consolidaram e favoreceram o surgimento de outros grupos, outros questionamentos. Os aspectos abordados nos levam a uma série de desdobramentos que demandam esforços para futuros trabalhos.

## Referências

- BANDEIRA, Messias. Construindo a audiosfera: as tecnologias da informação e da comunicação e a nova arquitetura da cadeia de produção musical. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6059/2/Messias-Bandeira-parte-2.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2017.
- BARBERO, Jesús-Martin. *O Ofício de cartógrafo*. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção*. Crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- CARDOSO, Cláudio; RIZZO ARAUJO, João Gualberto; COSTA LINO, Maria Ângela (2002). *Uma breve história da internet na Bahia*. Anais do INTERCOM. XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA, 2002. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002\\_anais/2002\\_NP8cardoso.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/congresso2002_anais/2002_NP8cardoso.pdf). Acesso em: 30 out. 2016.
- COHN, Gabriel. Coleção Grandes Cientistas Sociais. São Paulo: Ática, 1986.
- CASTELLS, Manuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CUCHE, Denys. *A noção de Cultura nas Ciências Sociais*. Bauru: Edusc, 1999.
- DAWKINS, Richard. *O gene egoísta*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-modernismo*. São Paulo: Livros Estúdio Nobel, 1995.
- FREIRE FILHO, João; JANOTTI JR., Jéder. *Comunicação e música popular massiva*. Salvador: EDUFBA, 2016.
- GAROFALO, Reebee, WAKSMAN, Steve. *Rockin' Out Popular Music in the U.S.A.* Estados Unidos: Pearson, 2013.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- GUERREIRO, Goli. *A Trama dos Tambores*. A Música Afropop de Salvador. São Paulo: Editora 34, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Retratos de uma tribo urbana: rock brasileiro*. Salvador: Centro Editorial e Didático da UFBA, 1994.
- HALL, Stuart. *A identidade cultura na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- HARVEY, David. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2008.
- HEBDIGE, Dick. *Subculture the meaning of style*. London: Taylor and Francis, 1979.

HERSHMANN, Michel. *Indústria da música em transição*. São Paulo: Editora Estação das Letras, 2010.

JANOTTI JR., Jeder. *Dos gêneros musicais aos cenários musicais: uma viagem da Cidade de Deus à Lapa a partir das canções de MV Bill e Marcelo D2*. Anais do Intercom XVIII Congresso de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/JEDER1.pdf>. Acesso em: 28 set. de 2016.

JANOTTI JR., Jeder. *Aumenta que isso aí é Rock and Roll: mídia, gênero musical e identidade*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2003.

JANOTTI JR. Jeder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. **In: Cultura Pop**. Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro e Rogério Ferraraz (org). Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2015.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.

KOZINETS, Robert V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso Editora, 2010.

LE MOS, André. *Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

\_\_\_\_\_. *Cibercultura, cultura e identidade*. Em direção a uma "Cultura Copyleft"? Contemporânea, vol. 2, n. 2, dez. 2004. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/%0BviewFile/3416/2486>. Acesso em: 27 dez. 2017.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA, Carlos Eduardo. *Urbanidade: espaço para a música – Salvador*, 2015. Disponível em: <http://monkeybuzz.com.br/artigos/13873/urbanidade-espaco-para-a-musica---salvador/>. Acesso em: 28 out. 2016.

LONGHURST, Brian. *Popular Music and Society*. Reino Unido: Polity Press, 2007.

LONGO, Walter. *Marketing e Comunicação na Era Pós-Digital*. São Paulo: HSM Editora, 2014.

MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo: Editora Brasilense, 1990.

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Editora Cortez, 2013.

MAILER, Norman. *The White Negro*. Superficial Reflections on the hipster. Dissent, 1957. Disponível em: [https://www.dissentmagazine.org/wp-content/files\\_mf/1353950503Mailer\\_WhiteNegro.pdf](https://www.dissentmagazine.org/wp-content/files_mf/1353950503Mailer_WhiteNegro.pdf) Acesso em: 7 out. 2016.

MALINI, Fábio. *Um método perspectivista de análise de Redes Sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede*. Anais do XXV Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

MARTIN, Peter (1995). *Sounds and Society: Themes in the Sociology of Music*. Nova Iorque: Manchester University Press.

MARTEL, Frédéric. *Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MIGUEZ, Paulo. *A Organização da Cultura na "Cidade da Bahia", 2017*. Disponível em: [https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/7145/1/Tese%20de%20Doutorado\\_Paulo%20Miguez\\_FACOM-UFBA\\_2002.pdf](https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/7145/1/Tese%20de%20Doutorado_Paulo%20Miguez_FACOM-UFBA_2002.pdf). Acesso em: 20 ago. 2017.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no século XX*. Neuroses. Tradução: Maria Ribeiro Sardinha, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

PUTNAM, Robert D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Nova York: Simon and Schuster Paperbacks, 2000.

RABIBOV, Paul, DREYFUS, Hubert L. *Michel Foucault*. Uma trajetória filosófica para além do estruturalismo e da hermenêutica. Tradução: Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça à Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: PRIMO, Alex (Org.). *Interações em Rede*. Porto Alegre: Sulina, v. 1, 2013, p. 51-70. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/rascunhoatosdeameaca.pdf>. Acesso em: 09 fev. 2014.

RECUERO, Raquel. Curtir, compartilhar e comentar: funções conversacionais. In: Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Verso e Reverso, XXVIII (68):114-124, maio-agosto 2014, Unisinos: Rio Grande do Sul, 2014, p. 120.

Disponível em: <

<http://www.revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/viewFile/7323/4187>>. Acesso em: 03 out. 2018.

\_\_\_\_\_. *Introdução à análise de Redes Sociais*. Salvador: EDUFBA, 2017.

\_\_\_\_\_. *Redes Sociais na Internet*. Disponível em: <http://www.ichca.ufal.br/graduacao/biblioteconomia/v1/wpcontent/uploads/redessociaisnainternetrecuero.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2017.

REGEV, Motti. *Pop-Rock Music: Aesthetic Cosmopolitanism in Late Modernity*. Polity Press, 2013, s.n.

ROSZACK, Theodore. *El Nacimiento de Una Contracultura*. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil. Tradução: Angel Abad. Barcelona: Editorial Kairós, 1970.

RUBIM, A. A. C., BARBALHO, Alexandre, RUBIM, Lia. *Políticas culturais no governo Dilma*. Salvador: Edufba, 2015.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais da sociologia*. Tradução: Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SHUKER, Roy. *Understanding Popular Music*. Nova Iorque: Routledge, 1994.

SHUKER, Roy. *Popular Music: The Key Concepts*. Reino Unido: Routledge, 1998.

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

DA SILVA, Cristiane Rubim Mazin; TESSAROLO, Felipe Maciel. *Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia*. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>. Acesso em: 29 dez. 2017.

SILVA, H.; KOHLER, H. *Travessias e cruzamentos culturais: a mobilidade em questão*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2008.

SOARES, Tiago. Por uma Teoria da Cultura Pop. In: *Cultura Pop*. Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro, Rogério Ferraraz (Orgs.). Salvador: Edufba, 2015.

SOBREIRA, Sérgio. *Jam no MAM, juventude e consumo*. Anais do III Encontro de GT's Comunicon, São Paulo, 2013. Disponível em: [https://www.academia.edu/5237391/A\\_Jam\\_No\\_Mam\\_Juventude\\_e\\_Consumo\\_Professor\\_Adjunto\\_I\\_FACOM\\_UFBA](https://www.academia.edu/5237391/A_Jam_No_Mam_Juventude_e_Consumo_Professor_Adjunto_I_FACOM_UFBA). Acesso em: 29 out. 2016.

SHUKER, Roy. *Understanding Popular Music Culture*, 2017.

\_\_\_\_\_. *Popular Music: The Key Concepts*. London: Routledge, 2017.

STRAW, Will. *Scenes and Sensibilities*. Public, v. 22, n.23. Toronto, 2001. Disponível em: <http://public.journals.yorku.ca/index.php/public/article/view/30335/27864>. Acesso em: 7 set. 2016.

TEIXEIRA, Carla Cristina da Costa. Histórico da MTV. A busca por uma identidade própria e pela popularização da emissora. In: *A linguagem visual das vinhetas da MTV: videodesign como expressão da cultura pós-moderna*. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC – Rio: Rio de Janeiro: 2006, p. 33-34. Disponível em: < [https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/8755/8755\\_3.PDF](https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/8755/8755_3.PDF) >. Acesso em: 23 set. 2018.

VIANNA, Hermano. *O Mundo Funk Carioca*. Rio de Janeiro: Expresso Zahar, 1990.

\_\_\_\_\_. *O Mistério do Samba*. Rio de Janeiro, 1995.

VLADI, Nadja. *Grave, mais grave*. Anais Intercom, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1591-1.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2017.

YÚDICE, George. *A Conveniência da Cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

### Sites pesquisados

ADBUSTERS. Hipster: The dead end of western civilization. Disponível em: <http://www.adbusters.org/magazine/79/hipster.html> . Acesso em: 21 out. 2016.

ALL MUSIC. Dubstep. Disponível em:

<http://www.allmusic.com/style/dubstepma0000004465>. Acesso em: 20 jul. 2017.

ALL MUSIC. Dub. Disponível em: <http://www.allmusic.com/subgenre/dub-ma0000002559>. Acesso em: 20 jul. 2017.

ALL MUSIC. Jungle. Disponível em: <http://www.allmusic.com/subgenre/jungle-drumnbass-ma0000002557>. Acesso em: 25 jul. 2017.

ALL MUSIC. Ragga. Disponível em: <http://www.allmusic.com/subgenre/ragga-ma0000005028>. Acesso em: 25 jul. 2017.

ANANDA NAHU. Cascadura – BA. Disponível em: <https://www.anahu.com/cascadura->. Acesso em: 8 ago. de 2017.

BAIANASYSTEM. Salvador: Facebook, 2016. Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/BaianaSystem/> . Acesso em: 06 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Salvador. Twitter, 2016. Disponível em: <https://twitter.com/baianasystem>. Acesso em: 06 out. 2016.

CASCADURA Rock. Salvador: Facebook, 2013. Disponível em: <https://www.facebook.com/cascadura.rock>. Acesso em: 06 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Salvador. Twitter, 2016. Disponível em: <https://twitter.com/cascadurarock>. Acesso em: 06 out. 2016.

CASTRO JR, Chico (ATARDE, 2014). Trio Opanijé se firma como o grande nome do rap na Bahia. Disponível em: <http://atarde.uol.com.br/cultura/musica/noticias/trio-opanije-se-firma-como-o-grande-nome-do-rap-na-bahia-1589245>. Acesso em: 28 out. 2016.

CLIQUEMUSIC UOL 2001. Lampirônicos iluminam o pop baiano. Marco Antonio Barbosa. Disponível em: <http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/lampironicos-iluminam-novo-pop-baiano>. Acesso em: 28 out. 2016.

CORREIO24HORAS. Vivendo do Ócio aparece mais consistente em novo álbum. Disponível em:

<http://www.correio24horas.com.br/single-entretenimento/noticia/vivendo-do-ocio-aparece-mais-consistente-em-novo-album/?cHash=dd27fcc80fb8b912ec5e3c7f091ec434>. Acesso em: 07 de jul. 2017.

FOLHA ILUSTRADA. Axé faz 25 anos, cresce no Brasil e no exterior, mas perde espaço na Bahia. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2010/03/704777-axe-faz-25-anos-cresce-no-brasil-e-no-exterior-mas-perde-espaco-na-bahia.shtml> Acesso em: 07 de jul 2017.

LEMOS, André, MARQUES, Paulo Jamil Almeida. O Plano Nacional de Banda Larga Brasileiro: um estudo de seus limites e efeitos sociais e políticos. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós: Brasília, v. 15, n. 1, jan/abr 2012. Disponível em: <[www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/765/573](http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/download/765/573)> . Acesso em: 23 set. 2018.

LIMA, Carlos Eduardo. <http://monkeybuzz.com.br/artigos/13873/urbanidade-espaco-para-a-musica---salvador/> Acesso em julho 2017

MATOS, Luciano. Nova Música Baiana faz bonito em festival em São Paulo. EL CABONG, Salvador, 24 set. 2012. Disponível em: <http://www.elcabong.com.br/nova-musica-baiana-faz-bonito-em-festival-em-sao-paulo/>. Acesso em: 25 jul. 2017.

MINISTEREO PÚBLICO. Disponível em: <https://soundcloud.com/ministereopublico>. Acesso em: 8 de jul. 2017.

MP3 in Dicionário infopédia de Siglas e Abreviaturas [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consult. 2018-04-12 05:56:06]. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/siglas-abreviaturas/MP3> Acesso em: 24 jun. 2018

MÚSICA UOL. Desgaste do Axé abre portas à nova música baiana que vai do rock ao arrocha. Disponível em: <https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2014/04/18/desgaste-do-axe-abre-portas-a-nova-musica-baiana-que-vai-do-rock-ao-arrocha.htm>. Acesso em: 07 de jul. 2017.

GONÇALVES, Marcos Augusto. Desbunde foi alternativa à rigidez da esquerda Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2103200419.htm> Acesso em: 26 jul. 2017.

G1 BAHIA. Aprovada por unanimidade lei orgânica da cultura da Bahia. Disponível em: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2011/11/aprovada-por-unanimidade-lei-organica-da-cultura-da-bahia.html> Acesso em: 06 de jul. 2017.

OLIVEIRA, João, NOBRE, Pedro. INTERNET E VIDEO STREAMING. Mestrado Integrado Engenharia Eletrotécnica e de Computadores Universidade de Lisboa - Instituto Superior Técnico Lisboa: 2016-2017. Disponível em: [http://www.img.lx.it.pt/~fp/cav/ano2016\\_2017/Trabalhos\\_MEEC\\_2016\\_2017/Artigo%2017/WebSiteCAV/site/ARTIGO-INTERNET-VIDEO-STREAMING.pdf](http://www.img.lx.it.pt/~fp/cav/ano2016_2017/Trabalhos_MEEC_2016_2017/Artigo%2017/WebSiteCAV/site/ARTIGO-INTERNET-VIDEO-STREAMING.pdf). Acesso em: 24 jun. 2018

O GLOBO. Salomão e Cascadura. Um dos melhores discos de rock brasileiro de sempre é o novo do Cascadura. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/salomao-cascadura-7539094#ixzz4ptVQ9bQW>. Acesso em: 15 jul. 2017.

OPANIJÉ. Salvador: Facebook, 2006. Disponível em: <https://www.facebook.com/OpanijeOficial/about/> . Acesso em: 06 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Salvador: Twitter. 2016. Disponível em: <https://twitter.com/opanije>. Acesso em: 06 out. 2016.

OVERMUNDO. O blog Obra em Progresso de Caetano Veloso. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/o-blog-obra-em-progresso-de-caetano-veloso>. Acesso em: 15 jul. 2017.

OVERMUNDO. Se diz. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/banco/se-diz>. Acesso em: 06 set. 2017.

O TEATRO MÁGICO. Disponível em: [www.oteatromagico.mus.br/](http://www.oteatromagico.mus.br/). Acesso em: 16 jan. 2018.

ROCK LOCO. Panteras Negras do Terreiro. Disponível em: <http://rockloco.blogspot.com.br/2014/05/panteras-negras-do-terreiro.html>. Acesso em: 06 jul. 2017.

ROCK LOCO. Tem Cascadura na pipoca. Disponível em: <http://rockloco.blogspot.com.br/2007/02/tem-cascadura-na-pipoca.html>. Acesso em: 25 jul. 2017.

TECMUNDO. A velocidade média da internet no Brasil infográfico. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/infografico/9683-a-velocidade-media-da-internet-no-brasil-infografico-.htm> Acesso em: 23 set. 2018.

TERRA. Confira um manual de Twitter para quem ainda não o entende. TERRA. Jazid Contreras: 26 out. 2009. Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/internet/confira-um-manual-de-twitter-para-quem-ainda-nao-o-entende,2848d882519ea310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html> Acesso em 25 set. 2018.

TERRITÓRIOS CULTURAIS BAHIA. Disponível em: <https://territoriosculturaisbahia.wordpress.com/tag/plano-estadual-de-cultura-salvador-cultura-territorios-culturais/>. Acesso em: 06 de jul. 2017.

### **Postagens coletadas de sites de redes sociais**

Figura 1 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/groups/330765466847/permalink/10150928005446848/> Acesso em maio 2017

Figura 2 – Post Facebook ElCabong

<https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Ffelcabong%2Fphotos%2Fa.320178297999227.97724.255145827835808%2F645759905441063%2F%3Ftype%3D3&> Acesso em maio de 2017

Figura 3 – Post Twitter Cascadura

@cascadurack @fabiocascadura

<https://twitter.com/CascaduraRock/status/5663680322605056> Acesso maio de 2017

Figura 4 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Ffelcabong%2Fphotos%2Fa.320178297999227.97724.255145827835808%2F645759905441063%2F%3Ftype%3D3& Aceso em maio 2017>

Figura 5 – Post Facebook Opanijé

[https://www.facebook.com/pg/OpanijeOficial/photos/?tab=album&album\\_id=550528005012172 Acesso em maio de 2017](https://www.facebook.com/pg/OpanijeOficial/photos/?tab=album&album_id=550528005012172 Acesso em maio de 2017)

Figura 6 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/351478354887191/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 7 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/397835843584775/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 8 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/408210765880616/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 9 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/388064731228553/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 10 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/601090416592649/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 11 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/477433345625024/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 12 – Post Facebook BaianaSystem

<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/635652956469728/?type=3&theater Acesso em maio 2017>

Figura 13 – Post Twitter Cascadura

@cascadurarock @lucabori @lubmatos

<https://twitter.com/PortalCascadura/status/5609717682409472>

<https://twitter.com/CascaduraRock/status/23005690788315136>

<https://twitter.com/lubmatos/status/28039553563>

<https://twitter.com/lucabori/status/13022060249> Acesso em julho 2017

Figura 14 – Post Facebook Cascadura

<www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fcasca dura.rock%2Fposts%2F372253159507642& Acesso em maio 2017>

Figura 15 – Post Facebook Cascadura

<www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fcasca dura.rock%2Fposts%2F543491922338516& Acesso em maio 2017>



<https://www.facebook.com/BaianaSystem/photos/a.184452124923149.32748.184418598259835/365287373506289/?type=3&theater> Acesso em maio 2017

Figura 29 – Post Twitter

@leando\_afonso @luh\_1503

[https://twitter.com/Luh\\_1503/status/7504509476](https://twitter.com/Luh_1503/status/7504509476) Acesso em julho 2017

Figura 30 – Post Twitter Cascadura e Opanijé

@cascadurarock @opanije @mazinholuiz @tapetepersa

<https://twitter.com/fabiocascadura/status/193812559663599616>

<https://twitter.com/tapetepersa/status/11429854825> Acesso em julho 2017

Figura 31 – Post Facebook Cascadura

<https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fcascadura.rock%2Fposts%2F351974811522383&> Acesso em julho 2017

Figura 32 – Post Facebook Cascadura

<https://www.facebook.com/plugins/post.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fcascadura.rock%2Fposts%2F262290873869771&> Acesso em maio 2017

**ANEXOS**

Esta dissertação acompanha 1 CD com as entrevistas e figuras.