

Cultura digital, videoclipes e a consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica

Digital Culture, Video Clips and the consolidation of the Brazilian *Pop-Peripheral Music Network*

Simone Pereira de Sa¹
sibonei.sa@gmail.com

RESUMO

O artigo tem por objetivo cartografar aspectos da consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica e identificar alguns de seus atores, tomando como rastros as listas dos vídeos musicais mais vistos no Youtube no Brasil entre 2012 e 2015. O argumento desenvolvido é o de que as redes sociais, sobretudo o Youtube, são mediadores centrais na articulação dessa rede constituída por gêneros musicais populares e periféricos que antes transitavam por circuitos distintos e que agora se irrigam mutuamente através do contato possibilitado por esta plataforma. Além disso, observa-se que no conjunto de vídeos musicais que atingiram o top da audiência no Brasil, há diversas formas de performatizar o *pop periférico* – através do *funk carioca*, do *funk pop*, do *funk ostentação* e do *sertanejo universitário*, dentre outros. Aspectos da teoria Ator-Rede em torno da noção de rede sócio-técnica (Latour, 2005); em diálogo com a discussão da sociologia da música em torno das noções de gênero e cena; e contribuições da historiografia sobre a música brasileira constituem o arcabouço teórico-metodológico da discussão.

Palavras-chave: Videoclipe. Youtube. Música Popular Periférica.

ABSTRACT

The article aims to map aspects of the consolidation of the *Brazilian Pop-Peripheral Music Network* and identify some of its actors, taking as a trail the lists of the most viewed music videos on Youtube in Brazil between 2012 and 2015. The argument developed is that the social networks - and above all Youtube - are central mediators in the articulation of this network consisting of popular and peripheral music genres that once circulated in distinct circuits and now irrigate each other through contact in this platform. Moreover, it is observed that in the set of music videos that reached the top of the audience in Brazil, there are several ways to performatize the *peripheral pop music* - through *funk carioca*, *funk ostentação*, *funk pop* and *sertanejo universitário*, among others. Aspects of Actor-Network Theory around the notion of socio-technical network (Latour, 2005); in dialogue with the discussion of the sociology of music around the notions of genre and scene; and also the historiography of Brazilian music constitute the theoretical and methodological framework of the discussion.

Keywords: Videoclips. Youtube. Peripheral Genres.

¹ Universidade Federal Fluminense (UFF). Rua Miguel de Frias, 9, Icaraí – Niterói (RJ).

Introdução

Na lista dos dez vídeos mais vistos da história do Youtube no Brasil, divulgada em 2015, seis posições são ocupadas por artistas brasileiros: a cantora de funk Anitta, e os representantes do gênero sertanejo universitário Luan Santana, Michel Teló, Lucas Lucco e as duplas Henrique & Juliano e Marcos & Belutti. Ao compararmos essa lista com as dos videoclipes mais vistos através do Youtube no Brasil num período mais amplo – de 2012 a 2015 – a tendência confirma a predominância de cantores de *sertanejo* e *funk*.

Qual a importância dessas listas? Se levarmos em consideração o fato de que o Youtube é a principal plataforma digital de consumo musical e um dos sites favoritos entre usuários de redes sociais no Brasil; e ainda, que o número de visualizações dos vídeos, em alguns casos, alcança cifras de 100 milhões, podemos afirmar que elas apresentam uma radiografia das preferências musicais bastante desafiadora. Pois nela, chama a atenção a ausência de gêneros que, historicamente se consolidaram como ligados à sensibilidade estética das camadas médias urbanas, tais como a MPB e, a partir dos anos de 1980 o rock brasileiro; em prol dos gêneros musicais populares e periféricos, tal como é o caso dos exemplos mencionados acima².

Frente a este cenário, meu objetivo nesse trabalho é propor algumas questões tendo como foco os clipes musicais em destaque nas listas de vídeos acima mencionadas. E a hipótese que pretendo explorar ao longo do artigo é a de que esses videoclipes *pós MTV*, concebidos para circular preferencialmente no ambiente do youtube, abrem vasos comunicantes entre esses gêneros periféricos que antes circulavam através de circuitos locais, resultando na consolidação de uma *rede sócio-técnica* (Latour, 2005) que proponho chamar de Rede de Música Pop Periférica, discutindo suas potencialidades e limites conceituais.

Aspectos da teoria Ator-Rede (Callon and Law, 1997; Latour, 2005; Hennion, 2001, Pereira de Sá, 2014a); em diálogo com a discussão da sociologia da música em torno das noções de gênero e cena; e ainda da historiografia sobre a música brasileira constituem o arcabouço teórico-metodológico da discussão, organizada em quatro seções.

Na primeira, contextualizo o debate em torno do rótulo de *gêneros musicais periféricos*, retomando o argumento que demonstra como a criação e institucionalização

da MPB exclui um conjunto de vertentes musicais que não comunga de suas preocupações estéticas e políticas, empurrando-as para o nível mais baixo da pirâmide, em termos de classificação do gosto musical. Na segunda, abordo a consolidação do Youtube como plataforma musical no Brasil, em consonância com o crescimento do acesso das classes populares à internet. Nessa seção, discuto ainda as características do videoclipe no ambiente da cultura digital, distinguindo-o do clipe que surgiu nos anos de 1980 e que tinha por ambiente principal de circulação a televisão, sobretudo a MTV. Segue-se, na terceira parte, a abordagem dos videoclipes dos gêneros musicais representados nas listas, buscando suas conexões; e finalmente, na quarta parte, discutirei a noção de Rede de Música Pop Periférica, a partir do diálogo da Teoria Ator-Rede com as definições de gênero e de cena musical, entendendo-a enquanto categoria conceitual e política. Nesta parte final do texto, vou ainda argumentar sobre a importância da noção de rede sócio-técnica para uma acurada compreensão da movimentação dos gêneros musicais na internet na atualidade.

Trata-se, assim, de um trabalho exploratório, que busca rastrear o movimento de alguns videoclipes de gêneros periféricos no Youtube a partir do modelo de rede sócio-técnica de Latour (2005), indagando sobre as implicações desta rede nas reconfigurações dos próprios gêneros.

Pop(ular) e periférica

A invisibilidade das músicas ligadas às camadas populares e sua deslegitimação estética por parte das camadas médias urbanas foi identificada por Araujo (2002) como elemento central na arena das disputas simbólicas do campo musical brasileiro pelo menos desde os anos 60/70.

O argumento do autor é o de que uma vertente da música romântica – chamada pejorativamente de música *brega* ou *cafona* – ainda que apreciada por expressivos segmentos das camadas populares brasileiras, foi excluída da historiografia musical e sistema de legitimação dominante, sobretudo aquela que constrói a “linha evolutiva” da MPB³ a partir das alianças entre o samba, a bossa-nova e a canção de protesto dos anos 70. Alianças que em termos políticos, se traduzem em torno da ideia de resistência à ditadura militar brasileira; em termos

² A definição de ambos está detalhada na seção III desse trabalho.

³ Caetano Veloso utiliza-se da expressão “retomada da linha evolutiva” em entrevista à Revista Civilização Brasileira (n.7, maio de 1966), no contexto da discussão onde ele defende o movimento de apropriação da tradição na música brasileira sob a ótica das experimentações vanguardista, tal como fez a bossa-nova em relação ao samba.

estéticos, em tornos das experimentações entre a tradição e a modernidade; e, finalmente, em termos de audiência, em torno de segmentos mais restrito de público, representados pelas camadas médias urbanas.⁴ (Araujo, 2002; Napolitano, 2001)

Movimento de construção que, na mesma medida, empurra para as margens o vasto conjunto de expressões musicais brasileiras que não se enquadra nestes preceitos. É o caso da música *cafona* ou *brega*, entendida como “um conjunto musical extenso, movediço, heterogêneo em seu interior” (Fonseca;2015) que vagou à margem do ‘bom-gosto’ musical” e/ou não se interessou pelas experimentações estéticas acima mencionadas, atingindo o auge do sucesso comercial nos anos 70, através de nomes tais como Odair José, Waldick Soriano, Marcio Greyck, Lindomar Castilho e Agnaldo Timoteo. (Araujo, 2002; Fonseca, 2015)

E é o caso também, em momento posterior, de outros gêneros musicais floresceram em circuitos locais e à margem das grandes gravadoras, tais como o funk carioca, originário das favelas e comunidades da cidade do Rio de Janeiro, do tecnobrega, originário do estado do Pará, no norte do Brasil (Castro and Lemos, 2008), do brega recifense, no estado de Pernambuco (Fontanella, 2005; Soares; 2017), do forró eletrônico, no nordeste brasileiro (Trotta, 2010), do arrocha cultivado na periferia da cidade de Salvador (Vladi, 2015) e do sertanejo, que tem origem no interior do país (Alonso, 2015).

Assim, podemos identificar pelo menos duas constelações musicais disputando a noção de popular nesse cenário. A primeira, da MPB, que articula o popular a um conjunto de experimentações que toma o samba por base; e que tem por resultado uma obra “moderna”, com harmonias sofisticadas e letras elaboradas, tais como as criações bossa-novistas, a canção universitária de protesto dos anos 70 e o tropicalismo, que constituem a espinha

dorsal da “linha evolutiva”. Ou seja: um conjunto de gêneros que, mesmo quando se aproxima da música pop ou massiva, tal como o tropicalismo, vai “filtrar” essa aproximação a partir do debate em torno da identidade nacional e da sofisticação melódica e lírica⁵.

Em oposição, temos a constelação musical que foi excluída dessa articulação, constituída pelos gêneros simbolicamente “periféricos” acima mencionados. Nessa segunda constelação, o popular é definido em outra chave, uma vez que articulado ao “comercialismo” e à “alienação” – em tempos da luta contra o regime militar ou de defesa dos valores da identidade. Ao mesmo tempo, tratam-se de gêneros que se constituem em estreita conexão territorial com segmentos das camadas populares – favelas e periferias das grandes cidades ou interior do país.

Vale ressaltar que em ambas as constelações ocorrem hibridismos com gêneros internacionais. Contudo, alguns hibridismos são mais “legítimos” do que outros, como o caso exemplar da bossa-nova, valorizada ao propor uma releitura do samba a partir das referências harmônicas do jazz; em oposição, por exemplo, ao sertanejo – que produz hibridismos a partir da mistura com gêneros latino-americanos também desvalorizados, tais como a guarânia ou o bolero⁶; ou, ainda o funk, que se origina do Miami Bass, vertente menos politizada e mais solar do hip-hop norte-americano.

Diversos autores no Brasil denominam o segundo conjunto sob o rótulo de *música popular periférica*, a fim de destacar as tensões que essa nomeação traz à discussão. Pois, tratam-se, como já apontamos, de gêneros que, para além da diversidade sonora, melódica e rítmica, carregam o estigma de “música sem qualidade”, “de mau gosto”, “comercial” ou “sem conteúdo”, ao serem avaliadas pelo crivo da crítica oriunda da MPB; e que trazem marcas de sua origem territorial ligadas às periferias e/ou interior do país.

⁴ Não nos interessa aqui homogeneizar o rico leque de expressões estético-musicais dos anos 60/70 que desembocam na MPB, mas somente apontar para as estratégias de “institucionalização” dessa sigla. Nesse sentido, um exemplo da complexidade do debate é o fato de que o tropicalismo, por exemplo, tem ambições estéticas divergentes da música de protesto, buscando dialogar não só o legado da bossa-nova, mas também a herança da música *brega* e o rock brasileiro da Jovem Guarda; além de ampliar o escopo da discussão sobre o “nacional” com base na ideia de antropofagia, propondo um diálogo cosmopolita com as referências “estrangeiras”.

⁵ Cabe observar que esses gêneros ganham visibilidade através da televisão e grandes gravadoras, utilizando-se estratégias de mercado para divulgarem o trabalho de seus contratados. Contudo, essas estratégias comerciais jamais ofuscaram a construção da legitimidade dessa música “autoral”. Silva (2012) e Araujo (2002), por ex. chamam a atenção para a duradoura relação da MPB com a televisão, sobretudo as novelas da Rede Globo, cujas trilhas sempre promoveram artistas ligados ao segmento MPB e Rock, em detrimento de gêneros “periféricos”.

⁶ De novo, lembramos que estamos trabalhando com um modelo analítico ampliado; mas que é preciso reconhecer as nuances. Assim, o tropicalismo, por exemplo, propõe um diálogo complexo com a música brasileira e latina que “filtra” canções do imaginário “brega-romântico-popularesco”.

Ainda que estes gêneros nunca tenham se estabelecido através de fronteiras estanques, seu modus operandi se deu, entre a década de 70 e 90, através de cenas e circuitos locais e regionais. Cenas que, sobretudo nos anos 90, no momento em que as grandes gravadoras reduzem a contratação de novos artistas, desenvolvem as suas próprias cadeias produtivas - formadas por selos, empresários, bandas, locais para shows – que sobrevivem principalmente através de shows ao vivo. (Trotta, 2010)

O advento da cultura digital, com o barateamento de estúdios portáteis, troca de arquivos digitais pela Internet e possibilidades de circulação da produção acentua essa tendência, permitindo aos artistas uma maior visibilidade de suas produções em circuitos autônomos, através dos sites e redes sociais à margem das grandes gravadoras.

Contudo, para além de fortalecer os circuitos locais, o argumento que desenvolverei nas próximas páginas é que este novo ambiente vai também permitir o estabelecimento de vasos comunicantes entre diferentes gêneros e cenas periféricos, ensejando a construção de uma rede de ampla visibilidade da qual as listas que abrem esse artigo são exemplos. Mais precisamente, argumentarei que essa comunicação vai ter nas redes sociais e nos vídeos postados no youtube atores centrais da nova configuração, que se beneficia do crescimento do acesso digital das classes populares no Brasil na última década.

O novo ambiente de circulação do pop periférico: redes sociais, Youtube e vídeos

O desenvolvimento da plataforma Youtube se insere no contexto mais amplo de reconfigurações da cultura da música no cenário da comunicação digital. Criado em 2005 pelos americanos Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, que buscavam diminuir as barreiras técnicas para o compartilhamento de vídeos na Internet, a plataforma rapidamente se disseminou. Em 2006, já era destaque na Internet quando foi comprada pelo Google, que, em 2007, expande seu domínio para nove países, incluindo o Brasil.

Nos anos seguintes, o Youtube consolidou seu lugar como o principal mediador do consumo de vídeos em

escala global. E ao mesmo tempo, iniciou uma trajetória que recolocou o videoclipe no centro da experiência de fruição musical. Consolidação que coincide, no Brasil, com o crescimento do acesso à Internet, sobretudo a partir da entrada de novos consumidores advindos das classes populares, que se deu a partir da expansão da telefonia móvel⁷.

As implicações dessa reconfiguração ainda nos desafiam analiticamente. Contudo, podemos apostar em impactos importantes em um sistema midiático que se fortaleceu, a partir dos anos 70, com base num modelo centralizado, com forte predominância da televisão aberta como fonte principal de informação. (Muzakami et al, 2014, p.12)

Pois, conforme amplamente discutido, o modelo de comunicação da cultura digital – sobretudo a partir das redes sociais – vai contrastar com o anterior na medida em que tem como uma de suas características a produção, distribuição e curadoria de conteúdo de maneira descentralizada e com a participação da própria audiência. (Jenkins, 2008; Baym, 2010). E no qual o Youtube se torna um ator central, uma vez que a plataforma ganhou visibilidade não por produzir conteúdo próprio mas sim por tornar-se um repositório de vídeos de todas as origens – desde grande conglomerados midiáticos até produtores amadores, com base nos princípios da cultura participativa. (Burgess and Green, 2009; Strangelove, 2010). Além disso, recursos tais como a criação de “canais” dos usuários, a possibilidade de transmissão ao vivo e a monetização dos produtores de vídeos, dentre outros, consolidaram a plataforma como um dos mais bem sucedidos ambientes de circulação de imagens e vídeos musicais da atualidade.

Ambiente que, conectado a outras ferramentas de produção musical e às facilidades do upload através de celulares, tem estimulado uma produção áudio-visual oriunda das mais diferentes regiões, que se articula em redes multi-locais ou transversais, complexificando as geografias midiáticas.

Assim, não se trata de propor uma relação de causa e efeito entre a ascensão de novos consumidores oriundos das classes populares no Brasil e a ampliação da visibilidade dos vídeos relacionados aos gêneros *pop*

⁷ Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2014), o número de domicílios brasileiros com acesso à internet ultrapassou a metade das residências (54,9%) em 2014. O mesmo levantamento mostrou que os celulares eram mais utilizados para a conexão à rede do que os computadores. Para mais informações, ver: Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. IBGE, 2014. Disponível em: < <http://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=295753>>. Acesso em 23/04/2016.

periféricos, mas percebê-los como vinculados, de maneira complexa, enquanto atores dessa rede sócio-técnica.

Videoclipes pós-MTV

Cabe ainda sublinhar que o crescimento do Youtube no Brasil coincide com o período de declínio da MTV como canal de circulação de videoclipes, trazendo consequências para a sua estética tanto quanto para as suas formas de produção e circulação.

No tocante à produção, destacamos primeiramente o conjunto de vídeos produzido de maneira autônoma por artistas em busca de uma carreira profissional, ligados ou não a produtoras regionais ou locais, com recursos limitados e que se tornam sucessos de audiência. É o caso, por exemplo, de um dos videoclipes que figura na lista dos mais vistos de 2013: o vídeo da canção *Passinho do Volante*, do MC Federado e os Leleques, produzido com apenas 70 reais (o equivalente a 20 dólares) e um tablet.

Um segundo conjunto encontrado no Youtube constitui-se pelos vídeos produzidos por usuários, tendo por principal característica a apropriação de canções, na forma de paródias ou homenagens. É o caso, de novo, de um dos vídeos mais vistos de 2015, da comediante Kéfera, parodiando o sucesso *Bang*, de Anitta⁸. E ainda dos exemplos que mostram jogadores de futebol comemorando os gols no estádio com coreografias extraídas dos videoclipes.

Um terceiro conjunto é composto por fragmentos áudio-visuais de origens híbridas e diversas, tais como, por exemplo, uma cena de um show da televisão, uma parte de um show ao vivo postado por um fã, uma música filmada durante um ensaio da banda e postada por um dos músicos, etc. Ou seja: tratam-se de videoclipes que não foram originalmente concebidos como tais, no sentido do videoclipe clássico, concebido para divulgar uma canção, mas que se inserem no novo contexto de circulação do Youtube, redefinindo assim a própria ontologia desse artefato cultural.

Um quarto conjunto é também produzido por usuários e caracteriza-se pela reutilização de materiais previamente publicados no Youtube sem pretensões musicais – tais como reportagens, documentários, entre-

vistas, sermões religiosos, declarações políticas, etc – e que ganham montagens com trilhas sonoras que lhes dão novos sentidos e ritmo musical. (Conter; 2013)⁹.

Conjuntos, estes, que vêm se somar aos videoclipes oficiais das canções, reconfigurando seus sentidos e articulando-os em novas séries e constelações.

No tocante à circulação, por sua vez, cabe destacar novamente o papel dos usuários, em um conjunto de ações. Primeiramente, buscando vídeos e compartilhando-os em redes sociais diversas. Em segundo, interagindo com as ferramentas das plataformas, tais como os algoritmos e mecanismos de contagem das visualizações, a avaliação (curtir ou não), os comentários e o uso de hashtags para “enquadrar” os vídeos e produzir sentidos múltiplos; e ainda as intervenções criativas tais como paródias, memes musicais, etc. Para tanto, a articulação entre o conjunto de artefatos que constituem a materialidade desse ambiente e as ações dos seus usuários é fundamental.

Finalmente, observa-se que esse ambiente contribui para a inversão da relação entre o videoclipe e a canção gravada no álbum por duas razões. A primeira é a de que muitas vezes o videoclipe é o primeiro produto de divulgação de um cantor ou canção. Ou seja: a canção será lançada no Youtube e se tiver uma trajetória bem sucedida, “viral”, nas redes sociais, traduzida na forma de visualizações, curtidas, compartilhamentos, paródias e comentários, ela se torna um hit e pode se tornar uma gravação fonográfica para venda posterior.

Em segundo lugar, cabe destacar os aspectos enciclopédicos e/ou arquivísticos da plataforma, que permitem a circulação e re-circulação de vídeos “antigos” e “novos”, “clássicos” e “contemporâneos” lado a lado, reconfigurando assim o tempo de vida dos produtos culturais e tornando problemática a suposição dos videoclipes como obras determinadas pelo ciclo de consumo da indústria fonográfica acoplada ao da canção que ele divulga. (Railton e Watson, 2011)

Por estas razões, propomos que o videoclipe que circula no Youtube é um ator enredado numa rede afetiva e sócio-técnica distinta daquele do videoclipe da Era MTV, definido pela indústria musical primordialmente como um produto desenvolvido para divulgar uma canção gravada previamente. Trata-se, pois, conforme observa Montano, de um ambiente “que tende a favorecer as relações entre

⁸ Outras pesquisas revelam que o Brasil ocupava no mesmo ano a quarta posição mundial no uso de redes sociais e a segunda, atrás apenas dos EUA, na utilização do Facebook. E que dentre os sites mais acessados por brasileiros estão o Facebook, em segundo lugar; e Youtube em quarto. Ver site: Alexa, citado por Muzakami et al (2014; pg 15).

⁹ In: <https://www.youtube.com/watch?v=63WnVWala1k> Acesso em 23/04/2016

dispositivos, usuários, vídeos e web” (grifo nosso) e na qual “toda e qualquer montagem pode ser posta em novas e infinitas justaposições outras”. (Montano, 2015, p.13)

Nessa direção, gostaríamos de ir além da análise de cunho culturalista do videoclipe, que analisa seus sentidos e ideologias, buscando seguir seus rastros, vínculos, deslocamentos e conexões – seja com outros produtos áudio-visuais, seja com softwares e plataformas comunicacionais; seja com outros atores humanos - os fãs, haters e outros usuários das redes sociais, por exemplo, uma vez que os vídeos não são apreendidos de maneira isolada. Ao contrário, eles fazem parte de redes sócio-técnicas que nos desafiam à descrição.

Mapeando os atores nas listas de “mais vistos”

Voltemos agora às listas de vídeos musicais mais vistos por brasileiros do Youtube. Na de 2012 uma canção sertaneja, Camaro Amarelo, ocupa o topo, deixando o videoclipe do sul coreano DJ PSy, aclamado globalmente, em segundo lugar. E, além dessa, temos três outras posições ocupadas por cantores sertanejos (as posições número 6, 8 e 9) e três por cantores de funk (as posições 5, 7 e 10)¹⁰.

Na lista de 2013¹¹ oito posições são ocupadas por produções musicais brasileiras: cinco delas por vertentes variadas do funk: a cantora Anitta, que assinou em 2013 um contrato com a *major* Warner e passou a investir num formato de *funk pop*; o grupo MC Federado e os Leleques,

que representa o funk “de comunidade”, ligado às favelas cariocas; e MC Guimê, Mc Gui e Mc Daleste¹², estrelas em ascensão na vertente do *funk ostentação*, oriundo das periferias da cidade de São Paulo; enquanto as outras três posições - número 6, 7 e 10 – são ocupadas por baladas românticas do gênero sertanejo universitário.

O ano seguinte, 2014, é o ano que ocorreu a Copa do Mundo de Futebol – a Copa Fifa - no Brasil. E a lista¹³ traz, nas duas últimas posições, os videoclipes gravados para divulgar a Copa. *We are one*, cantada pelo DJ Pitbull, com participação de Jeniffer Lopez, a cantora brasileira Claudia Leite e o grupo Olodum, vem em nono lugar; e *La la la (Brazil 2014)*, cantada por Shakira, com participação do compositor brasileiro Carlinhos Brown, vem em décimo. Nas outras posições, temos: cantores sertanejos; Anitta, em parceria com o rapper paulistano Projota; e ainda uma canção de *pagode baiano* que foi sucesso no carnaval do estado da Bahia – o *Lepo Lepo*, da banda Psirico.

Em 2015, novamente o *sertanejo universitário* ocupa as primeiras posições respectivamente com Luan Santana em primeiro; Marcos e Belutti, com participação de Wesley Safadão, em segundo; e a dupla Jorge e Mateus em quarto lugar. Anitta ocupa a sétima posição com o clipe da canção Bang; e Wesley Safadão, cantor pernambucano de forró eletrônico e líder da banda Garota Safada, além de emplacar o segundo lugar através de participação no videoclipe de Marcos e Belutti, também ocupa o décimo lugar com videoclipe próprio, de uma das músicas chiclete de 2015, Camarote¹⁴.

Finalmente, o Youtube também divulgou uma lista

¹⁰ Conforme analisa Conter: “A montagem que transforma esses vídeos em música, pode acontecer através da mixagem de dois diferentes vídeos; ou do fracionamento de imagens audiovisuais, como se fossem notas musicais, reordenados para produzir ritmos, versos, melodias e refrões; ou da redublagem de performances ao vivo; ou da interferência da altura melódica ou do movimento aparente das imagens visuais, através de plug-ins de softwares de edição de vídeo e áudio.” (Conter, 2013)

¹¹ Mais vistos de 2012: 1) Munhoz e Camaro Amarelo 2) Dj Psy - Gangnam Style ; 3) Marinalva, Suellen e Jefferson - Para nossa alegria (cover do gospel Galhos Secos) 4) Mc Boy do Charmes – Onde eu chego paro tudo 5) MC Guime - Plaquê de Cem; 6) Luan Santana – Te vivo; 7) Mc Rodolfinho – Como é bom ser vida loka; 8) Luan Santana – Você de Mim não sai 9) Gabriel Gava – Fiorino; 10) Mc Danado – Top do Momento. (In: <http://super.abril.com.br/blogs/superlistas/o-melhor-do-ano-os-videos-mais-assistidos-do-youtube/>. Acesso em: 23/04/2016.

¹² Mais vistos de 2013: 1) Anitta - Show das Poderosas 2) Ah Lelek Lek Lek Lek Lek – MC Federado e os leleques; 3) MC Guimê – Na pista eu arraso 4) Mc Gui – O Bonde passou 5) Psy – Gentleman 6) Luan Santana – Te esperando ; 7) Jorge e Mateus – Logo eu ; 8) Demi Lovato – Heart Attack 9) Mc Daleste – Mais amor, menos recalque 10) Gustavo Lima – Diz pra Mim. In: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLoeZWzNXxmy8FAz3OUQln9CTWKq51Cs5i>. Acesso em: 23/04/2016.

¹³ Mc Daleste foi assassinado em 2013, em pleno palco de um show em São Paulo, tendo sua carreira precocemente interrompida.

¹⁴ Mais vistos de 2014: 1) Lucas Lucco – Moção; 2) Katy Perry - Dark Horse 3) Marcos e Belutti – Domingo de Manhã 4) Jason Derulo – Wiggle – feat. Snoop Dogg; 5) Henrique e Juliano – Até você voltar; 6) Galinha Pintadina – Sambalelê; 7) Psirico – Lepo Lepo; 8) Anitta – Cobertor (part. Rapper Projota); 9) Pitbull – We are One (Ole Ola); The oficial 2014 FIFA World Cup Song (Olodum Mix); 10 – Shakira – La la la (Brazil 2014) feat. Carlinhos Brown. Fonte: <http://googlebrasilblog.blogspot.co.uk/2014/12/youtuberewind-2014-celebrando-o-que.html>. Acesso em 23/04/2016

ao final do ano de 2015 com os vídeos mais vistos nos dez anos da plataforma. E confirmam-se as tendências aqui apontadas, com cinco posições ocupadas por cantores sertanejos - Luan Santana; Henrique e Juliano; Michel Teló; Marcos e Belutti; e Lucas Lucco; aos quais se junta o funk pop de Anitta¹⁵.

O que podemos extrair desses rastros?

Tomemos primeiramente o caso do funk carioca, originário de hibridações com o Miami Bass cultivado na Florida, nos EUA, durante os anos 80 e que se consolidou no Brasil fortemente ligado ao Rio de Janeiro, através de músicas cujas letras retratam o cotidiano, os problemas e valores da população das favelas e periferias da cidade ao longo das décadas de 1990 e 2000. (Vianna, 1988; Herschmann, 2000; Pereira de Sá, 2007). Gênero este que, apesar de mobilizar multidões de jovens da capital fluminense e arredores, só atravessou as barreiras geográficas do estado do Rio esporadicamente, sem apresentar um circuito consolidado para além das fronteiras locais.

Além disso, a rivalidade com o hip-hop ligado às periferias de São Paulo, também faz parte da sua história. Pois, se o funk narra os problemas e o cotidiano das favelas, ele o fez, na visão do hip-hop, de uma maneira mais “leve”, menos “consciente” e onde o humor se faz presente com muita frequência; enquanto que o hip-hop paulistano se pauta pelos valores do hip-hop de denúncia social e “oposição ao sistema”. (Herschmann, 2000).

Essa situação se reconfigura a partir da segunda metade da década de 2000. E coincide com o momento em que a produção de *funk carioca*, oriunda do Rio de Janeiro, começa a circular em videoclipes e passa a ser apropriada mais sistematicamente por outras cenas, refletindo-se na diversidade dos subgêneros que ocupam as listas.

Na de 2012, destacam-se três vídeos de funk ostentação – Plaquê de 100, do MC Guimê; Como é bom ser vida Loka, do MC Rodolfinho; e Top do Momento, do MC Danado; e na de 2013, também se destacam três videoclipes da mesma vertente, dos MCs paulistanos MC Gui, MC Guime e MC Daleste.

O sub-gênero caracterizado por letras que valorizam as situações festivas da *balada*, com destaque para o consumo de objetos de luxo - bebidas, roupas de grife, carros importados - e a conquista de mulheres, surgiu na cidade de São Paulo por volta de 2008 e ganhou espaços nas periferias da cidade nos anos seguintes. Contudo, sua visibilidade ampliada coincide com o momento em que os videoclipes assinados pelo diretor Konrad Cunha Dantas, o Kondzilla começam a circular no Youtube, por volta em 2011 e atingem o auge em 2012 e 2013. Diretor dos três vídeos de funk ostentação que ocupam a lista em 2012, Kondzilla introduz as mudanças que passam a ser sua assinatura: utilização de equipamentos profissionais para a filmagem e edição; e locações de mansões e bens relacionados ao consumo de luxo, tais como carros, motocicletas e joias, produzindo videoclipes que têm como referência estética a vertente de hip-hop internacional conhecida como *bling*¹⁶, rompendo assim com as temáticas e estéticas dominantes do funk carioca e também da tradição do hip-hop paulistano¹⁷. E que contrastam com a produção carioca de videoclipes majoritariamente filmados através de celulares e tablets e utilizando-se dos cenários das ruas, becos e vielas da própria favela – tal como pode-se perceber através do vídeo Passinho do Volante, também listado entre os *top ten* de 2013.

Vídeo que custou somente 70 reais e foi gravado no churrasco da favela onde moram os integrantes do grupo, nos arredores do Rio de Janeiro a partir de um tablet; e onde os vizinhos e amigos atuam como figurantes, repetindo uma coreografia de passos fáceis, que foi imitada pelo jogador Neymar na comemoração de um gol¹⁸ e ganhou um *cover*

¹⁵ Lista de 2015: 1) Luan Santana – Escreve Ai; 2) Marcos e Belutti com Wesley Safadão – Aquele 1%; 3) Wiz Khalifa – See you again; 4) Jorge e Mateus – Os Anjos Cantam; 5) Maroon 5- Sugar; 6) Ellie Goulding – Love me like you do; 7) Anitta – Bang; 8) Major Lazer e Dj Snake – Lean On (fet. MO) 9) Fifth Harmony – Worth it (feat. Kid Ink); 10) Wesley Safadão – Camarote. Fonte: <http://www.tecmundo.com.br/youtube/91552-top-brasil-youtube-divulga-lista-videos-assistidos-2015.htm>. Acesso em 23/04/2016.

¹⁶ Lista dos mais vistos nos dez anos: 1) Pintinho Amarelinho – DVD Galinha Pintadinha (infantil); 2) Justin Bieber – Baby (fet. Lucracious) 3) Luan Santana – Tudo que você quiser; 4) Anitta – Show das Poderosas; 5) Henrique e Juliano – Cuide Bem dela; 6) Psy - Gangnam Style ; 7) Katy Perry – Dark Horse (feat. Juicy J) 8) Michel Teló - Ai se eu te pego; 9) Marcos e Belutti – Domingo de Manhã; 10) Lucas Lucco – Moção <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/os-10-videos-mais-vistos-na-historia-do-youtube-no-brasil#5>. Acesso em 23/04/2016.

¹⁷ Termo popularizado pelo hip hop em referência às joias e adereços luxuosos de rappers dos anos 90 tais como Puff Daddy, Snoop Dogg and 50 Cent, dentre outros. <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/edicao-77/o-reidaostentacao#imagem0>. Acesso em 23/04/2016

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=gTLjRnMaRho> Acesso em 23/04/2016

da cantora Beyoncé durante seu show brasileiro no Rock in Rio do mesmo ano¹⁹. Ou seja: um vídeo em consonância com os aspectos estéticos e identitários do funk carioca, sobretudo na vertente do Passinho; e que também é alçado ao sucesso nacional a partir de sua trajetória no Youtube (Pereira de Sá; 2014b).

Uma terceira vertente que marca presença nas listas, como vimos, é a do funk pop, representado pelo videoclipe Show das Poderosas, de Anitta, denominação que aponta para um conjunto de estratégias de diálogo com a música pop global. Vertente que conquistou ampla visibilidade midiática no Brasil atual, a partir da circulação de vídeos da própria Anitta, além de Valesca, Ludmilla e outras cantoras. Mas, que, simultaneamente, tem sido criticado por estar se distanciando de suas origens territoriais, ligada às periferias e favelas cariocas na mesma medida em que se aproxima do *mainstream* musical.

O que nos chama atenção na trajetória do funk através das redes sociais, portanto, é que essa circulação vai estimular o florescimento de sub-gêneros que performam distintas matrizes estéticas e ideológicas. Enquanto no caso do funk carioca, como vimos, muitas das marcas territoriais da periferia permanecem, seja em termos do cenário do vídeo, seja na produção através de celulares e tablets; nos casos do *funk pop* e *funk ostentação* essas marcas são apagadas em direção a um imaginário pop des-territorializado e que dialoga com os ícones da música pop global – no caso do funk pop, as divas globais; e no caso do ostentação, os rappers do *hip hop bling*, além de vídeos filmados e editados com equipamentos mais profissionais²⁰.

Contudo, até mesmo essa classificação precisa ser relativizada, uma vez que alguns compositores e cantores de funk do Rio de Janeiro, influenciados pelo funk ostentação, incorporam não só a temática como também os vídeos “profissionais” à sua produção, estabelecendo assim um conjunto de pontes e influências mútuas, cujos vídeos aqui mencionados são apenas os rastros de uma rede mais ampla²¹.

No caso do *sertanejo* – gênero que tem suas origens no universo rural ou do interior do Brasil – a tensão entre periferia e centro apresenta-se desde suas origens nos anos 50 do século passado. Conforme apontam Bezerra, Alonso e Reichelt “a especificidade surgiu quando,

em meados dos anos 50, a *guarânia* paraguaia, o *chamamé* argentino, o *rasqueado*, *corridos*, *ranchieras* e *boleros* mexicanos começaram a adentrar a seara da música rural. Houve então aqueles que aderiram a esse gênero, os “sertanejos”; e os que repudiaram sua entrada, e que se distinguiram como “caipiras”. No final da década seguinte, os sertanejos incorporam o rock; e durante os anos 80, o brega e o country americano. Assim, “a história da música sertaneja sempre foi uma história das misturas musicais e da incorporação de valores exógenos.” (BEZERRA et al, 2016, p. 27)

Um outro ponto destacado pelos autores na mesma obra é o de que, até o final da década de 80, o sertanejo permanece como um produto “regional”, com sucesso no centro-sul do país, “sobretudo entre os moradores do interior e das periferias das grandes cidades. E a virada ocorre em 1989, quando parte das classes ricas urbanas passam a ouvir o sertanejo e algumas casas de shows de classe média/alta abrem seus espaços nobres, ocupados pelos cantores do panteão da MPB, a esse gênero.” (p. 27)

Não obstante o sucesso comercial e sua “nacionalização” a partir dos anos de 1990, ganhando visibilidade de norte a sul, incluindo as duas maiores cidades do país, ele não ultrapassa a barreira da crítica e continua a ser percebido por muitos como música “reacionária” e/ou deturpadora dos valores da “autêntica” música caipira.

No caso do sertanejo universitário – sub-gênero das canções que figuram nas listas do Youtube – trata-se de uma geração que surge a partir dos anos 2000, ou mais precisamente 2005 (Alonso; 2011) Nesse novo arranjo, as letras tradicionais de “sofrendia” e o canto em terça que caracteriza as duplas de sertanejo dos anos de 1980 deixam de ser hegemônicos em prol de temáticas ligadas à vida urbana – sobretudo baladas, festa e namoros (Trotta, 2014, p.6). – acompanhada de um visual também menos vinculado ao cenário rural e que tem na Internet um poderoso aliado.

O que nos chama a atenção é que se no passado, o *sertanejo* se construiu preferencialmente a partir das misturas com gêneros “exógenos”, em sua vertente *universitária* ele incorpora também a mistura “endógena” – com outros gêneros periféricos do Brasil²² e que pode

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=MrPeFWMO5zY> Acesso em 23/04/2016

²⁰ Ver documentário Funk Ostentação: <https://www.youtube.com/watch?v=PmTFK5-tt18> Acesso em 23/04/2016

²¹ Ver, no documentário Funk Ostentação, mencionado na nota anterior, a declaração do Mc Menor do Chapa, do Rio, sobre a influência do funk paulistano sobre seu trabalho e a importância do diálogo entre Rio e SP.

²² Bezerra et al chamam atenção para as misturas com o arrocha, o axé, o funk, o forró e temas tradicionais do Sul do país. (2016; pg. 28).

ser observada nos videoclipes²³.

Um exemplo é o do clipe que ocupa a segunda posição em 2015, reunindo a dupla sertaneja Marcos e Belutti, com participação de um cantor conhecido no circuito do forró eletrônico do nordeste - Wesley Safadão, cantor da banda Garota Safada - que também ocupa o décimo lugar na mesma lista com outro vídeo viral, o Camarote.

Um outro caso é o do videoclipe da canção “Ai se eu te pego” de Michel Teló. A canção foi gravada anteriormente, entre 2008 e 2010, por vários grupos da região nordeste do país, em gêneros como xote e forró eletrônico, alcançando sucesso na região na versão do grupo do mesmo Wesley Safadão acima mencionado.

Em 2011, foi regravação mais uma vez por Michel Teló, cantor da vertente de *Tché Music* até então sem visibilidade nacional. Mas, que através de um videoclipe “simples”, gravado numa boate onde ele canta a música ‘ao vivo’ para um público predominantemente feminino e onde sobressai o clima de flerte e sociabilidade festiva, atinge um sucesso viral que vai catapultá-lo para uma bem sucedida carreira.

Um terceiro exemplo – nesse caso de sertanejo com funk – se deu na música Eu quero tchu, que apesar de não constar nas listas dos dez mais, atingiu enorme sucesso popular em 2012. A música, da dupla sertaneja João Lucas e Marcelo, lançada no youtube em fevereiro de 2012, ganhou visibilidade ampliada através do jogador Neymar, que comemorou seu centésimo gol no time brasileiro do Santos fazendo a coreografia da canção²⁴. No ano seguinte, fez parte da trilha sonora da novela Avenida Brasil, veiculada na televisão brasileira pela Rede Globo, que em 2013 arrebatou grande audiência a partir da trama que se passava no subúrbio carioca. E posteriormente, fez parte da trilha sonora da apresentação do patinador franco-brasileiro nas Olimpíadas de Inverno daquele ano em Sochi²⁵. Assim, nos parece que esse conjunto – o videoclipe “oficial” da música, o de Neymar imitando a coreografia num momento de alta audiência televisiva, o do patinador; e os memes musicais compostos por fragmentos da novela onde personagens dançam ao som dessa canção²⁶ - constituem uma série articulada, que

desdobra e impulsiona a visibilidade da canção através da rede sócio-técnica aqui discutida.

A própria categoria de ostentação, por sua vez, ultrapassa os limites do funk e vai ser encontrada também em vertentes do sertanejo. É o caso da canção Camaro Amarelo, da dupla Munhoz e Mariano. Primeiro lugar na lista de 2012, a canção alcançou também enorme sucesso “viral”. E demarca a entrada da performance e temática da ostentação no sertanejo, ao narrar de maneira simples a história do rapaz que passa a ser cobiçado pelas mulheres depois de ganhar uma herança e comprar um carro luxuoso, o Camaro Amarelo do título, com seu refrão chiclete: “Agora eu fiquei doce igual a caramelo, tô tirando onda no Camaro Amarelo”. No mesmo ano, outra campeã de visualização é a também sertaneja Fiorino, de Gabriel Gava, que ocupa o nono lugar da mesma lista e que, nos passos do Camaro Amarelo, também explora a relação entre carros e mulheres.

De volta aos sucessos do funk, observa-se na lista de 2014 a parceria de Anitta com o rapper Projota no videoclipe da balada romântica Cobertor. A canção marca a colaboração de cantores de universo distintos: Anitta, cantora vinda do Rio de Janeiro, com aspirações de sucesso *mainstream* com um cantor oriundo da cena *underground* do hip-hop paulistano, que foi revelado numa batalha de MCs e que trilha caminhos alternativos.

Por fim, há o sucesso Lepo Lepo do grupo Psirico, que transformou em hino do carnaval baiano de 2014 uma canção cuja letra, de duplo sentido, vai na direção contrária à do imaginário da “ostentação”, narrando em primeira pessoa a história de um homem que está em péssima situação financeira mas que mantém seu relacionamento amoroso por conta do seu “lepo lepo” – onomatopeia sem sentido dicionarizado na língua portuguesa, mas que no contexto da canção, tem conotações eróticas. E que ganhou também uma ajuda rumo ao topo da lista de mais vistos ao tornar-se tema de mais uma comemoração de Neymar.

No contexto dessa discussão, como dissemos antes, essas listas são tomadas como rastros, que apontam para uma rede mais ampla, da qual passamos a tratar conceitualmente a seguir.

²³ Como todo rótulo, a definição de “universitário” suscita discussões sobre sua origem e refere-se não exatamente às origens acadêmicas dos compositores, mas sim à faixa etária jovem do público. Ver vertentes do rótulo em: <http://fmhits.com.br/entenda-as-variacoes-populares-do-sertanejo-universitario/> Acesso em 23/04/2016

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=Ik4Lb48Z2RE> Acesso em 23/04/2016

²⁵ http://180graus.com/entretenimento/nascido-no-brasil-patinador-samba-com-patins-de-gelo-na-russia-veja-video#.Uvn-8-4_Dx5.facebook. Acesso em 23/04/2016

²⁶ https://www.youtube.com/results?search_query=eu+quero+tchu+%2B+carminha. Acesso em 23/04/2016

Gêneros, cenas e redes

Em trabalhos anteriores, ressaltamos a importância da discussão sobre os gêneros musicais, entendidos como mediadores do processo de fruição da música, uma vez que as expectativas e convenções que envolvem os gêneros orientam nossas escolhas no cenário musical (Frith, 1998). Dessa maneira, os gêneros são dinâmicos e instáveis, uma vez que estão sempre tensionados pelas disputas simbólicas em torno de suas fronteiras.

Janotti Jr (2003) propõe a abordagem dos gêneros como “modos de mediação entre as estratégias produtivas e o sistema de recepção, supondo ao mesmo tempo elementos textuais, sociológicos e ideológicos”. A discussão é importante para nossa reflexão por apontar para os aspectos extra-musicais presentes na rotulação por gênero; e ao mesmo tempo o caráter performativo desta noção. Ou seja: longe de serem definitivas ou imanentes ao universo musical, a noção de gênero supõe disputa, negociação e rearranjos sucessivos, colocando em questão a autoridade discursiva de cada um dos agentes dentro do campo musical.

Uma segunda noção relevante é a de cena musical, por apontar para os fluxos de sociabilidade marcados pelo compartilhamento de referências estético-comportamentais e musicais tanto quanto seus ambientes territoriais (Straw, 1991; 1997), sublinhando as fronteiras móveis, fluidas e metamórficas dos agrupamentos juvenis.

Assim, em diálogo com os autores, entendemos que os gêneros musicais são um conjunto de regras – técnicas, semióticas e formais – que são encenadas ou atualizadas pelas cenas. É portanto nas cenas que eles se confirmam ou são transformados em possíveis novos gêneros – ou sub-gêneros.

Se essas duas noções são centrais para a discussão aqui proposta, elas não são suficientes para compreendermos o vigoroso processo de articulação de gêneros e cenas distintas através do ambiente da cultura digital. Nessa direção, a noção de rede sócio-técnica, definida a partir da Teoria Ator-Rede, torna-se produtiva. (Pereira de Sá; 2014a)

A TAR busca compreender a forma como os grupos se vinculam; ou seja, como as configurações sociais são concretizadas nas práticas cotidianas dos agentes, múltiplos e heterogêneos, em diferentes contextos ou

condições enfatizando, assim, o caráter *processual e performático* dos coletivos tanto quanto a agência dos atores que atuam e alteram uma rede associativa a cada momento. (Callon e Law, 1997; Latour, 2005).

Redes que resultam de uma construção coletiva que não estabelece hierarquias entre humanos e não-humanos e por isto é chamada de *rede sócio-técnica*; e onde qualquer desvio num dos pontos produz diferença em toda a rede

É nesse sentido que propomos a noção de Rede de Música Brasileira Pop Periférica como uma rede sócio-técnica. Uma noção que aponta para os vínculos que se constroem entre gêneros distintos no ambiente das redes sociais; mas que ao mesmo tempo busca não homogeneizar – ou nos dizeres da TAR - não “tornar plana” as diferenças que se mantêm entre eles. Através dessa noção, podemos identificar as formas como gêneros e cenas até pouco tempo atrás inconciliáveis – tais como funk e sertanejo, por exemplo - se vinculam e dialogam, sem contudo apagarem suas diferenças, encenando (e disputando entre si) diversas acepções do popular e do periférico.

Assim, ao pensar nessa movimentação a partir do modelo da rede sócio-técnica, interessa-nos enfatizar a organicidade e o movimento dos atores num mapa mais amplo, ainda que atravessado por outras linhas transversais; e sublinhar também o protagonismo dos objetos técnicos nessa produção de vínculos, como é o caso do Youtube e das diversas ferramentas que envolvem a produção, circulação e consumo de vídeos aqui discutidos.

Um segundo aspecto importante é que o modelo de rede oriunda da TAR nos permite entender a articulação entre esse atores numa relação de causalidade complexa. Ou seja: nem estamos afirmando que a ascensão econômica das classes populares produziu o fenômeno da visibilidade do conjunto de vídeos aqui analisados; nem, ao contrário, que as redes sociais e Youtube deram origem ao processo. Ao contrário, interessa-nos captar como um conjunto de atores se articula dentro dos ambientes digitais, utilizando-se de ferramentas desenvolvidas na última década, para consolidar essa rede cujas características são ao mesmo tempo técnicas, sociais, econômicas e estéticas.

Em terceiro lugar, cabe ainda demarcar que não se trata de considerá-las como *caixas-pretas*²⁷, mas sim de manter aberta a possibilidade de novos vínculos a partir da entrada de novos atores. Logo, se o Youtube e as redes sociais constituem o locus preferencial de circulação

²⁷ A TAR chama de caixa-preta um coletivo ou agregado social já “estabilizado”, que “esconde” assim seus vínculos e atores constitutivos. (Latour, 2005)

dessa música, não quer dizer que outros mediadores não estejam presentes. Trata-se, pois, de um movimento que se inicia nas redes e amplia-se para outros ambientes, tais como, por exemplo, a televisão, o rádio e o sistema midiático *mainstream*.

Ou seja: longe de uma definição essencialista ou homogeneizadora das diferenças, vamos compreender a noção de Rede de Música Pop Periférica como um rótulo que confere organicidade e para onde faz convergir o diálogo entre gêneros mas ao mesmo tempo que garante o fluxo e a circulação das diferentes entonações da ideia do periférico, na sua articulação com os vários sentidos do popular na esfera musical.

Considerações finais

Na última década, temos acompanhado a abertura do campo de estudos musicais no Brasil a temas menos canônicos e a estudos que abordam aspectos diversos dos gêneros populares e periféricos. Filiando-me a essa perspectiva, meu objetivo nesse artigo foi o de cartografar a consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica e identificar alguns de seus atores, tomando como *rastros* as listas dos vídeos musicais mais vistos no Youtube no Brasil entre 2012 e 2015.

O argumento que sustentei foi o de que as redes sociais – e sobretudo o Youtube – são agentes fundamentais na articulação dessa rede constituída por gêneros musicais que antes circulavam por circuitos distintos e que agora se irrigam mutuamente através do contato através desta plataforma, utilizando as noções de rede, ator, rastros e cartografia advindos da Teoria Ator-Rede.

Além disso, observamos que no conjunto de vídeos musicais que atingiram o top da audiência no Brasil, há diversas formas de performatizar as noções de pop periférico – através do *funk carioca*, do *funk pop*, do *funk ostentação* e do *sertanejo universitário*, dentre outros. Nessa direção, a TAR nos permitiu captar o movimento e a articulação entre esses gêneros sem supor um processo de homogeneização das diferenças entre eles; nem, por outro lado, ignorar os diálogos, misturas e reconfigurações, enfatizando assim a eferescência e multiplicidade dos atores que *atuam* a cada momento na constituição dessa rede.

Referências

- ALONSO, G. 2015. *Cowboys do asfalto: música sertaneja e modernização brasileira*. Rio de Janeiro, Ed.Civilização Brasileira, 560 p.
- ARAÚJO, P.C. 2003. *Eu não sou cachorro, não: música popular cafona e ditadura militar*. Rio de Janeiro, Ed.Record, 458 p.
- BARROS, L. 2011. *Tecnobrega: a legitimação de um estilo musical estigmatizado no contexto do novo paradigma da crítica musical*. Recife, PE. Tese em Comunicação, UFPE, 226 p.
- BAYM, N. 2010. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press. 184 p.
- BEZERRA, A. et al. 2016. Sertanejo, mangubeat e tchê music: da pertinência do conceito de cena musical para gêneros periféricos. In: Pereira de Sá, S. et al (ed.) *Música, Som e cultura digital: perspectivas comunicacionais brasileiras*. RJ, Ed. E-Papers, p. 17-32.
- BURGESS, J., GREEN, J. 2009. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade* São Paulo, Ed. Aleph, 240 p.
- CASTRO, O., LEMOS, R. 2008. *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 212 p.
- CALLON, M., LAW, J. 1997. After the individual in society: lessons on collectivity from science, technology and society. In: *Canadian Journal of Sociology*, Spring, v.22, i2, p.165-82.
- CONTER, M. B. 2013. *Imagem-Música em vídeos para web: paródias, reciclagens e remixagens*. São Paulo, Ed. Kuzuá, 214 p.
- FONSECA, D. D. 2015. *Entre o “brega” e o rock: a reconstrução da música de Odair José*. Niterói, RJ. Dissertação de mestrado, Programa de Pós Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 107 p.
- FONTANELLA, F. 2005. *A estética do Brega: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife*. Recife, Dissertação de mestrado, CAC, Universidade Federal de Pernambuco, 112 p.
- FRITH, S. 1996. *Performing Rites. On the value of popular music*. Cambridge, Harvard Univ Press, 360 p.
- HENNION, A. 2001. Music Lovers: taste as performance. In: *Theory, Culture, Society*, vol 18.5, p.1-22
- HERSCHMANN, M. 2000. *O Funk e o Hip-Hop invadem a cena*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 304 p.
- JANOTTI Jr., J. 2003. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música

- popular massiva. *Revista Eco-Pós*. UFRJ, Vol. 6, n.2, p. 31- 46.
- JENKINS, H. 2008. *Cultura da Convergência*. São Paulo, Ed. Aleph, 432 p.
- LATOURE, B. 2005. *Reassembling the Social*. Oxford, Oxford Univ. Press, 320 p.
- MIZUKAMI, P. et al (eds) 2014. *Mapeamento da Mídia Digital no Brasil. Um relatório da Open Society Foundation*. Rio de Janeiro, Escola de Direito do Rio de Janeiro, FGV/Centro de Tecnologia e Sociedade, 340 p.
- MONTANO, S. 2015. *Plataformas de vídeo: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade*. Porto Alegre, Ed. Sulinas, 271 p.
- NERI, M. 2011. *A nova classe média: o lado brilhante da base da pirâmide*. São Paulo: Ed. Saraiva.
- NAPOLITANO, M. *Seguindo a canção: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969)*. São Paulo, Ed. Annablume, 293 p.
- PEREIRA DE SÁ, S. 2007. Funk carioca: música eletrônica popular brasileira?! *Revista E-Compós*, vol. 10. <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/195>. Acesso em 29/07/2018.
- PEREIRA DE SÁ, S. 2014a. Contribuições Da Teoria Ator-Rede Para A Ecologia Midiática da Música. *Revista Contemporânea*, Vol.12, n.3.
- _____ 2014b. Apropriações low-tech no funk carioca: a Batalha do Passinho e a rede de música popular de periferia. *Revista Fronteiras: estudos midiáticos*, Vol.16, n.1. In: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.161.04>. Acesso em 29/07/2018.
- POCHMANN, M. 2012. *Nova classe média?: O trabalho na base da pirâmide social brasileira*. São Paulo, Ed. Boitempo.
- RAILTON, D.; WATSON, P. 2011. *Music Video and the politics of representation*. Edinburgo, Edinburgh Univ. Press, 176 p.
- SOARES, T. 2017. *Ninguém é perfeito e a vida é assim: a música brega em Pernambuco*. Recife, Ed. Outros Críticos, 190 p.
- SILVA, H. L. 2012. Trilhas de telenovelas globais e o mercado musical nos anos 1980 e 1990. *Revista Logos*, vol. 19, n.1.
- STRANGELOVE, M. 2010. *Watching youtube: extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, Univ. of Toronto Press, 265 p.
- STRAW, W. 1991. Systems of Articulation, Logics of change: Scenes and Communities in Popular Music. *Cultural Studies*. Vol 5, n. 3, p. 361-375.
- TROTТА, F. 2013. Entre o Borrvalho e o Divino: a emergência musical da “periferia”. *Revista Galáxia*, n.26, p. 161-173.
- _____ 2010. Autonomia estética e mercado de música: reflexões sobre o forró eletrônico contemporâneo. In: Pereira de Sá, S. (org.) *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre, Ed. Sulina; p. 249-266.
- _____ 2013. Fugidinha: gêneros musicais, periferias e ambiguidades. *Revista Boitatá*, v.16, p. 28-42, 2013.
- VLADI, N. 2015. O sotaque pop da sofrência: as estratégias de comunicação do arrocha para se posicionar como música pop mundial. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom. ANAIS do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP Entretenimento e Música. In: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3260-1.pdf>. Acesso em 29/07/2018.