

Do Folk ao Remix: a cultura popular na era das mídias digitais

From Folk to Remix: the popular culture on the age of digital media

Lucas Alves de BRITO¹

Ricardo PAVAN²

Resumo

O artigo apresenta uma análise comparativa entre a música *folk* da cultura popular e a música sampleada da cultura do *remix*. Com a popularização das tecnologias digitais, nota-se o ressurgimento da criatividade amadora a partir da apropriação de formas, presentes na tradição oral do *folk*, que assim como o sampleamento, questiona o conceito de autoria e valoriza a colaboração e o compartilhamento.

Palavras-chave: Cultura Popular. Cultura do Remix. Folk. Sample.

Abstract

The article presents a comparative analysis between the folk music from popular culture and the sampled music from the remix culture. With the popularization of digital technologies, its notice the resurgence of the amateur creativity from the appropriation of forms, present on the oral tradition of folk, as well as the sampling, that questions the concept of authorship and values the collaboration and sharing.

Keywords: Popular Culture. Remix Culture. Folk. Sample.

Introdução

Em seu livro *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*, Stuart Hall (2005, p. 70) diz que “todo meio de representação — escrita, pintura, desenho, fotografia, simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicação — deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais e temporais”. Como cada época cultural combina as variáveis tempo e espaço de maneiras distintas, conseqüentemente, a representação na arte muda constantemente para atender a cada sociedade e época.

¹ Mestrando em Comunicação na linha de pesquisa Mídia e Cultura pela PPGCOM-FIC da UFG

² Graduado em Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1992); Mestre (2002) e doutor (2011) em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na linha de pesquisa Mídia e Cultura, e professor adjunto do Curso de Jornalismo na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás.

Ano XII, n. 22 – jan-jul/2019 - ISSN 1983-5930 - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm>

A tecnologia é um dos maiores transformadores destas dimensões. No século XIX, por exemplo, a fotografia permitiu uma representação mais próxima da realidade do que as pinturas, além de demandar menos tempo e técnica para alcançar tais resultados. Esta tecnologia influenciou o surgimento do impressionismo de Monet e Renoir, interessados não no realismo, mas na captura da impressão e dos sentimentos do momento da execução, focando na percepção de efeitos como a luz e o vento (FARTHING, 2011). Outra tecnologia de reprodutibilidade mecânica, a imprensa, criou um grande acervo de imagens em revistas, livros e jornais, que mais tarde foram manipulados por artistas dadaístas como Hannah Höch e Raoul Hausmann em fotocollagens que recombinaavam materiais pré-existentes atrás de novos sentidos ao excesso de informação (FARTHING, 2011).

Novas ferramentas também transformam a música. Todavia, as mudanças não ocorrem em um sentido linear, determinista, em um progresso histórico do pior para o melhor, e sim como um fenômeno cíclico que, ao mesmo tempo que cria práticas, resgata algumas antigas e tornam outras obsoletas. Adotando uma visão tecnocultural de que os homens mudam a realidade através das tecnologias, ao mesmo tempo que as tecnologias mudam os homens (KOZINETTS, 2015), investiga-se neste trabalho como a música sampleada resgata características da música *folk* como a criatividade amadora, autoria coletiva e a participação, ofuscadas pelas tradições da música gravada e escrita.

As semelhanças entre as práticas do *folk* e do *remix*

Folk é uma palavra originada de “folclore”, refere-se à música da tradição oral, popular, que precede as tecnologias de gravação. Segundo Ken Jordan (2008, p. 254, tradução livre)³, é aquilo que “surge espontaneamente das massas, sem um compositor solitário, algo que é compartilhado, pertencente a todos”.

Jean Ritchie foi uma musicista norte-americana de *folk*. Oriunda das Montanhas dos Apalaches, ganhou fama entre 1950 e 1960 por performar, através de seu saltério

³ No original: “arises spontaneously from the masses, without a solitary composer; something that is shared, belonging to everyone”.

dos Apalaches (instrumento musical) e sua voz, canções tradicionais passadas por várias gerações em sua família. Ela dizia que aprendeu o *folk* com seus pais: “enquanto cantavam e caminhavam por uma estrada solitária, ele ecoava entre as colinas e lhes faziam companhia”⁴ (TELEGRAPH, 2015, tradução livre).

Figura 1- Jean Ritchie e seu Saltério dos Apalaches em 1950.



Fonte:

<<https://www.telegraph.co.uk/news/obituaries/11649343/Jean-Ritchie-folk-singer-obituary.html>> Acesso em 16 abr. 2018

Além de musicista, foi também uma pesquisadora, viajando a Inglaterra em busca da origem das canções populares norte-americanas trazidas pelos imigrantes. No país, ela gravou várias canções ainda presentes no cotidiano inglês, como cantigas, música de bar e velhas baladas, a fim de preservá-las. *Nottamun Town* é um exemplo de uma canção cantada por Jean Ritchie, que tem sua origem na Inglaterra medieval, preservada e adaptada pela cultura das Montanhas dos Apalaches nos Estados Unidos.

⁴ No original: “As they sang as they walked some lonely road, it would echo between the hills and keep them company”.

A melodia desta canção, na versão de Jean Ritchie, foi posteriormente reutilizada por Bob Dylan na sua clássica música de protesto *Masters of War* de 1963.

A música de Jean Ritchie exemplifica bem o *folk*. Este estilo de música pertencia não a um indivíduo, mas a uma comunidade. Os membros arquivavam as melodias através da memória, mantendo-as vivas pela performance. Cada novo intérprete podia transformar e adaptá-las, desde que a sua essência seja mantida, para que haja o reconhecimento das referências pelo ouvinte. A música, neste caso, não pertencia a um artista, um gênio solitário, mas a história de um povo e a sua tradição (LÉVY, 2010).

A apropriação constrói o *folk*. Apesar de existir a centenas de anos como recurso criativo, o termo foi popularizado pelos teólogos cristãos quando citavam os rituais pagãos adaptados pela Igreja Católica (BURKE, 2003), como o antigo festival do Dia do Nascimento do Sol Invicto comemorado em Roma, transformado no Natal pelo imperador Constantino (ALTARES, 2017). Paul Ricoeur (1981, p. 185, tradução livre)⁵ define o termo a partir da palavra alemã *aneignung*, que significa “tornar seu aquilo que lhe era inicialmente alheio”. Os músicos *folks* recombina melódias e letras antigas, inserindo novos elementos e sentidos. Assim como Bob Dylan apropriou-se da versão de *Nottamun Town* de Jean Ritchie, Daphne Keller (2008) diz que milhares de outras canções também foram compostas dessa maneira:

A cultura humana é sempre derivativa, e a música especialmente. Nova arte constrói-se sobre velha arte. Nos escutamos música, processamos, reconfiguramos, e criamos algo, derivado, mas novo — melodias *folk* se torna as *Rapsódias Húngaras* de Liszt; “*Great Speckled Bird*” de Roy Acuff se torna “*Wild Side of Life*” de Hank Williams; e “*My Favorite Things*” de Rodgers e Hammerstein se torna um clássico de John Coltrane. (KELLER, 2008, p. 135, tradução nossa, grifo nosso).

A partitura e os direitos autorais fortalecem a distinção entre o profissional e o amador (LESSIG, 2008). A sociedade vê o profissional como aquele altamente capacitado, que compõe melodias cada vez mais longas e complexas possibilitadas à transposição da memória para o papel. Os intérpretes devem reproduzir as canções exatamente como dizem as partituras, desencorajando a improvisação e a participação

⁵No original: “to make one’s own’ what was initially ‘alien’”.

do *folk*, incentivando a contemplação de uma música rígida, obediente às intenções do compositor (LÉVY, 2010). O amador, por outro lado, é visto como um musicista/artista inferior àqueles que a cultura dominante consome em massa, tanto tecnicamente como esteticamente (LESSIG, 2008).

A relação entre a cultura letrada e a cultura popular foi a base para vários pesquisadores conceituarem ambos os termos. A cultura popular, como a música *folk*, segundo Roger Chartier (1984), é uma forma de resistência às práticas dominantes da cultura escrita, elitizada e hierárquica. O *folk* resiste apropriando-se dos objetos culturais e os ressignificando de acordo com os interesses do grupo social. A cultura popular se distingue de outras, ainda segundo Chartier (1984), não pela sua origem, mas sim pela forma com que se apropria da matéria-prima.

O “popular” não está contido em conjuntos de elementos que bastaria identificar, repertoriar e descrever. Ele qualifica, antes de mais nada, um tipo de relação, um modo de utilizar objetos ou normas que circulam na sociedade, mas que são recebidos, compreendidos e manipulados de diversas maneiras. Tal constatação desloca necessariamente o trabalho do historiador, já que o obriga a caracterizar, não conjuntos culturais dados como “populares” em si, mas modalidades diferenciadas pelas quais eles são apropriados (CHARTIER, 1995, p. 184).

Complementando os argumentos de Roger Chartier (1995), Nestor García-Canclini (1997 p. 12, tradução livre)⁶ vê a cultura popular como “uma capacidade intrínseca, quase congênita, para se opor aos dominadores, e em qualquer diferença acredita-se ver um desafio”. Essa conceituação baseada na comparação entre as duas culturas, em uma relação dialética ao invés de análises a partir de suas características intrínsecas, vê o *folk* como uma música mais “autêntica”, que se opõe à “música comercial que foi tomada como enlatada por consumidores e permanece sem alteração, porque valoriza a comunidade que “remodela e reinventa a música em nome da definição de uma identidade coletiva” (JENKINS, 2015, p. 271).

Posteriormente, a gravação amplia ainda mais essa distância entre a cultura comercial e popular. A partir da invenção do fonógrafo por Thomas Edison em 1877 (NAVAS, 2012), a música gravada toma a posição de dominante nas tradições musicais.

⁶ No original: “la cultura popular es caracterizada por una capacidad intrínseca, casi congénita, de oponerse a los dominadores, y en cualquier diferencia se cree ver una impugnación”.
Ano XII, n. 22 – jan-jul/2019 - ISSN 1983-5930 - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm>

Permite-se o registro exato da canção no estúdio e a gravação dos instrumentos individualmente, combinando os diversos clipes sonoros individuais em camadas de som através das fitas magnéticas. Esse registro, ao mesmo tempo que permite o arquivamento histórico, como a iniciativa de Jean Ritchie na Inglaterra, deixa ainda mais rígida a noção entre compositor e consumidor. A música gravada torna-se a versão definitiva da obra, valorizando a obra final dos estúdios no lugar da performance ao vivo, trazendo a escuta para o ambiente doméstico, isolada da comunidade (SÁ, 2006).

A indústria do entretenimento, oriunda das ferramentas de reprodução mecânica, potencializa o que Lawrence Lessig (2008) chama de *Read Only Culture* (Cultura Somente-Leitura). A transformação da música em um produto comercializado valoriza uma cultura que separa a figura do consumidor e do criador e fortalece a noção de autoridade e hierarquia entre profissionais e amadores. Escutar um disco de vinil, ler um livro ou assistir um programa de televisão são exemplos da *RO Culture* (LESSIG, 2008), nesses casos, os consumidores buscam contemplar passivamente os produtos ao invés de participarem ativamente na construção da obra.

As produções culturais, seja através das leis de direitos autorais, de gravação ou do mecanismo de filtragem e seleção de artistas da indústria do entretenimento, desestimulam a interação pelo seu público (LESSIG, 2008). Entretanto, o desinteresse da participação dos consumidores pelas empresas, não necessariamente impossibilitam todas as formas de apropriação dos consumidores na cultura de massa. Um exemplo da apropriação dos produtos da *RO Culture* são as práticas dos fãs do programa televisivo *Star Trek*, investigados por Jenkins (2015) que, além de assistirem o programa, criam suas próprias histórias (*fanzines*), teorias conspiratórias sobre os personagens, músicas, edições alternativas dos episódios e encontros casuais entre fãs para discutirem e socializarem a partir do interesse mútuo pela série.

A *Read Only Culture*, portanto, incentiva o consumo contemplativo e “passivo” das produções culturais produzidas por artistas habilidosos da grande indústria cultural, no lugar da participação da tradição oral. Este outro modo voltado à participação e à interação é o que Lessig (2008) classifica como *Read/Write Culture* (Cultura do

Ler/Escrever), que se refere às práticas culturais que incentivam a produção amadora e que permitem que o indivíduo, além de consumir, recrie novos objetos culturais a partir do que está a sua volta em uma espécie de obra aberta aos membros do grupo (LESSIG, 2008).

O *folk* é um exemplo da *RW Culture* porque é baseado na citação e apropriação, no diálogo entre as gerações passadas e as vontades das novas gerações em transformar aquilo que lhes foi herdado. Lessig (2008) defende que essas características do *folk* e da *RW Culture*, ofuscadas pelas mídias massivas, são novamente incentivadas e potencializadas pelas novas tecnologias. As mídias digitais facilitam o arquivamento, compartilhamento e a apropriação desses objetos de *RO Culture*, como discos e filmes antigos. Se a apropriação do *folk* era algo mais abstrato, uma reinterpretação através do acervo da memória coletiva, nas mídias digitais, a apropriação é feita do material completo, digitalizado e manipulado pelos *softwares* dos computadores.

No ciberespaço, a apropriação também tem seu sentido modificado e potencializado. De acordo com Lemos (2002), a “cibercultura nasce da apropriação tecnológica”. A ação se torna ferramenta comum dos usuários através das mídias digitais, seja em práticas como produções de texto, edições de imagem, composições de músicas, entre outros. O usuário está sempre trabalhando seguindo a lógica do copiar e colar dos *softwares*.

Com o advento das tecnologias digitais, esta cultura mais focada no simples ato de consumo (*RO Culture*), comentada por Lessig (2008), concede um maior espaço para uma nova onda de popularização e intensificação da participação e da criatividade do consumidor. Henry Jenkins considera as artes do século 21 como o “ressurgimento público da criatividade popular alternativa, à medida que pessoas comuns se aproveitam das novas tecnologias que possibilitam o arquivamento, a apropriação e a recirculação de conteúdos de mídia” (JENKINS, 2009, p. 193).

Nas mídias digitais, com o compartilhamento nas comunidades virtuais e a simplicidade oferecida pelos *softwares* para reciclar formas pré-existentes, a criatividade amadora e a criação coletiva ganham novos espaços. A cultura é afetada por

essa ótica de produção coletiva, conceituada por Castells (2003) no seu livro *A Galáxia da Internet* como:

Um conjunto de valores e crenças que formam o comportamento; padrões repetidos de comportamento geram costumes que são repetidos por instituições, bem como por organizações sociais informais [...] A cultura é uma construção coletiva que transcende preferências individuais, ao mesmo tempo em que influencia as práticas das pessoas no seu âmbito, neste caso os produtores/usuários da Internet (CASTELLS, 2003, p. 34).

Na era digital, Castells (2009) diz que a comunicação migrou da comunicação em massa, voltada à audiência “passiva”, para uma “comunicação pessoal de massa”, de uma “audiência criativa” que transforma o fluxo comunicacional, elaborando novos caminhos e sentidos para as mensagens recebidas, produzindo seus próprios materiais, redirecionando as mensagens para uma nova gama de indivíduos. A audiência criativa é ao mesmo tempo produtora e receptora na rede (CASTELLS, 2009).

Esse novo processo de comunicação afeta a música. Segundo Lessig (2008), os artistas das mídias digitais, nomeados por ele de “*laptop music*”, resgatam as práticas da música *folk* no cenário contemporâneo. Artistas como Girl Talk criam álbuns inteiros em seus estúdios caseiros (*home studios*), com um equipamento de *hardware* ínfimo em relação aos estúdios antigos, compondo suas músicas através do *remix* de centenas de fragmentos de clipes sonoros preexistentes compartilhados no ciberespaço.

Figura 2 – Show do Girl Talk usando apenas um “*laptop*”



Fonte: <<https://www.wired.com/2008/11/girl-talk-says/>> Acesso em 16 abr. 2018

Assim como no *folk*, as novas canções estão sujeitas a serem adaptadas a cada novo intérprete e geração, no *remix* cada música está sujeita a virar material para um novo *remix* e assim por diante. “Cada exposição contém o enredo de uma outra; cada obra pode ser inserida em diversos programas e servir como enredo múltiplo. Não é mais um ponto final: é um momento na cadeia infinita das contribuições” (BOURRIAUD, 2009, p. 16-17). Greg Gillis, único membro de Girl Talk, comenta essa característica de obra infinita do *remix*:

Eu acho que muitos artistas estão acostumados a como suas músicas estão sendo reutilizadas online e tiveram que aceitar e aderir. Vocês têm uma geração que vai no YouTube e refaz e remixa música online todo tempo. Eles recriam e enviam músicas e vídeos, e outro pessoa refazem o que foi refeito, e assim por diante (GILLIS *apud* BILTON, 2011, tradução livre)⁷.

O *remix* é feito a partir de *samples*, que pode ser entendido como “uma parte contínua de uma gravação anterior e pode ser muito curta (como um “som” usado em um sampleador), em alguns segundos, ou até com minutos de duração” (KVIFTE, 2007, p. 107, tradução livre)⁸. Por exemplo, no álbum *Night Ripper* de 2006, criado por Girl Talk, Greg Gillis utilizou mais de 167 *samples* para compor apenas 16 músicas (DOMBAL, 2006).

Assim como a música *folk*, a música sampleada cria novos sentidos através de formas e expressões retiradas de outras épocas. O sampleamento e o *remix* desconsideram a noção de uma obra definitiva, finalizada, irretocável (BOURRIAUD, 2009). Cada novo *remix* postado em uma rede social está sujeito a um novo *remix*, assim como a música *folk* está sujeita a transformações perante aos seus múltiplos intérpretes, modificando-se de forma natural e gradual, sem perder totalmente a sua origem.

O sampleamento amplifica a apropriação criativa. A apropriação não é uma novidade da música sampleada, entretanto, na era das novas mídias, é levada a outro

⁷ No original: “I think a lot of artists are used to their music being reused online and have come to accept and embrace it. You have a generation who go on YouTube and remake and remix music online all the time. They remake and upload songs and videos, and then other people remake the remakes; it just keeps going”.

⁸ No original: “a continuous part of an earlier recording and may be very short (like a “sound” used in a sampler instrument), several seconds, or even minutes long”.

patamar (CAMPANELLI, 2015). O arquivamento e o compartilhamento de objetos culturais digitalizados basicamente impõem à sociedade a pensar na lógica do *remix* de reutilizar o excesso de informação do ciberespaço, não somente na produção musical, mas em diversas práticas do cotidiano, como redigir um texto, editar uma foto ou postar um *meme* no Facebook (CAMPANELLI, 2015). É o fenômeno que Eduardo Navas (2012) chama de “cultura do *remix*”, definido como “uma atividade global que consiste da troca de informação criativa e eficiente, possibilitado pelas tecnologias digitais. *Remix* é sustentado pela prática do cortar/copiar e colar” (NAVAS, 2012, p. 65, tradução livre)⁹.

O modo de criação do *folk* da aldeia tribal, da oralidade e da tradição, é potencializado na música sampleada por indivíduos conectados na rede, agrupados por seus interesses em comum com milhares de comunidades de nicho, desconexas das relações espaço-tempo das tradições anteriores. Como sugere Hall (2005), cada combinação entre essas duas coordenadas (espaço-tempo), gera representações diferentes, o *remix* é a representação das inovações tecnológicas na era contemporânea. Enquanto na música oral as formas manipuladas são as arquivadas na memória de uma comunidade, nas mídias digitais a apropriação ocorre através de clipes sonoros armazenados e digitalizados, em cópias idênticas ao seu referencial, transformados através de *softwares* e *samplers*.

A era do *remix*, segundo Manovich (2002), é a era do *software*, um momento único em que a migração da camada cultural para a camada computacional gerou uma cultura híbrida que transformou os dois lados mutuamente. Compreende-se a música sampleada como um hibridismo das práticas da cultura popular da música *folk* com a lógica do computador, do copiar e colar, da criação através da seleção entre os objetos arquivados no banco de dados do ciberespaço, editados através de *softwares* de edição, como Ableton e Fruit Loops.

⁹ No original: “A global activity consisting of the creative and efficient exchange of information made possible by digital technologies. *Remix* is supported by the practice of cut/copy and paste”.
Ano XII, n. 22 – jan-jul/2019 - ISSN 1983-5930 - <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/cm>

A música sampleada também mistura em sua formação a tradição da música gravada da era da reprodutibilidade técnica ao samplear os discos produzidos pelas indústrias da *RO Culture*. Enquanto a música *folk* era vista como uma forma de resistência à cultura letrada e dominante, a música sampleada é uma resistência às formas de consumo da *RO Culture*, estimuladas pelas grandes indústrias do entretenimento e suas leis de direitos autorais (NAVAS, 2012). Graças ao compartilhamento e à participação nas comunidades, os usuários, através do *samples*, tornam a linha mais tênue entre o emissor e receptor, o amador e o profissional, consumidor e o produtor (LESSIG, 2008).

Essas estratégias de composição entram em convergência com os interesses das grandes indústrias, detentoras dos direitos autorais. O choque acontece porque a visão de autoria das mídias massivas é herdeira da noção individual e racional da escrita, enquanto que o sampleamento resgata a noção da cultura popular de uma música coletiva e participativa através da interconexão, das comunidades virtuais e da inteligência coletiva (LÉVY, 2010).

Na arte das mídias digitais, o que é valorizado não é a criação de obras originais e únicas, e sim o rearranjo das formas disponíveis no ciberespaço. A criação busca dar novos sentidos a conteúdos pré-existentes (BOURRIAUD, 2009). Na cultura do *remix* “não existe, de um lado, a criação viva e, de outro, o peso morto da história das formas: os artistas da pós-produção não estabelecem uma diferença de natureza entre seus trabalhos e os trabalhos dos outros, nem entre seus gestos e os gestos dos observadores” (BOURRIAUD, 2009, p. 51).

O *remix* levanta novamente o questionamento da ideia do autor romântico e seu papel, expostas anteriormente por pesquisadores como Walter Benjamin (1990) em *A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica* e Roland Barthes (2004) em *A Morte do Autor*, no começo da popularização das ferramentas de reprodutibilidade técnica. Benjamin (1990) notou a mudança do papel participativo na escrita, observando os editoriais em jornais que concediam espaços aos leitores para opinarem e na invenção da fotografia em que cada consumidor produzia suas próprias fotos. O autor

previa uma mudança no papel da arte através das novas tecnologias: “entre o autor e o público, conseqüentemente, a diferença está em vias de se tornar cada vez menos fundamental. Ela é apenas funcional, podendo variar segundo as circunstâncias. A todo momento, o leitor está prestes a se tornar um escritor” (BENJAMIN, 1990, p. 240).

Já Roland Barthes (2004) argumentava contra a ideia de autoria única, considerando-a um mito, já que toda construção textual é criada a partir de várias citações e experiências: nada surge do limbo. Toda criatividade, segundo ele, é um rearranjo de várias referências adquiridas ao longo do tempo e que o sentido do texto é produzido não apenas pelo escritor, e sim pelos leitores que podem criar inúmeros sentidos a um mesmo texto. A criação é vista por Barthes (2004, p. 62) como “um espaço de dimensões múltiplas, onde se casam e se contestam escrituras variadas, das quais nenhuma é original: o texto é um tecido de citações, oriundas dos mil focos da cultura”. A tendência, acreditava o autor, era uma eventual morte do papel do autor nas obras.

A compreensão de que não existe uma composição original, tudo são rearranjos de referências antigas, na era do *remix*, deixa de estar somente presente no conceito, no mundo das ideias, para se tornar também algo “material”. A obra do *remix* é composta literalmente por várias referências, de vários fragmentos ou *samples* de outras criações pré-existentes. A evolução tecnológica na produção musical também levanta o questionamento sobre as relações de autoria e estimula a participação do consumidor, em um grau ainda maior do que Barthes (2004) percebeu em suas análises na escrita.

Cicero Inácio da Silva (2015) faz algumas considerações sobre a ideia da “morte do autor” na cultura do *remix*. Segundo ele, o que o *remix* cria é uma situação intermediária, uma mistura, entre a obra aberta, sem autor definido, e a individualidade de cada novo artista que contribui para a cadeia criativa do *sampleamento*. Tanto a ideia do gênio romântico como a da obra sem autor são, segundo Silva (2015), visões idealizadas, e que a noção de autoria é algo externo ao sujeito, definida não por ele, e sim pela sociedade à sua volta.

Considerações finais

As reflexões presentes nesse artigo tiveram como objetivo explorar as características em comum da música *folk*, da tradição oral, e a música sampleada, da tradição digital. O paralelo inusitado entre artistas como Jean Ritchie e Girl Talk revela o resgate das novas mídias às práticas deixadas em segundo plano pelas mídias massivas da *RO Culture*, além de apresentar o papel das tecnologias não como uma força determinista, e sim como uma força cíclica que influencia a sociedade a adotar novas práticas, assim como a resgatar as práticas antigas e obsoletas. Ken Jordan (2008) defende que a sua definição do *folk* (citada anteriormente) encaixa muito bem para explicar a música eletrônica, oriunda do *remix* e do *sample*, possibilitada pelo compartilhamento livre de arquivos na Internet:

Assim como uma velha melodia inglesa migrada para o continente norte americano de navio, reapareceu em inúmeras variações que diferem de região a região, da mesma maneira, hoje um único *sample* pode aparecer em centenas de diferentes *mixes*. Os elementos que são recombinados para compor novas canções são transportados para a rede de fios (onde era antes passadas de pessoa a pessoa), fazendo uma música que reflete as técnicas e as tensões de nosso tempo (JORDAN, 2008, p. 254, tradução livre)¹⁰.

Uma das semelhanças entre as duas tradições musicais é a de citação histórica. Enquanto a oralidade apresenta uma música que tem referências às gerações passadas da comunidade, preservando a tradição e os costumes pela memória e a performance, a música sampleada, por trabalhar com cópias digitais, possui também um caráter alegórico (NAVAS, 2012). O modo de escuta tem um valor de citação em que o ouvinte, ao identificar os fragmentos manipulados, é transportado para o período do *sample*. Portanto, ao escutar, o ouvinte não só consome, mas faz uma pesquisa histórica, buscando identificar as origens de seus elementos e comparar as abordagens das versões (BOURRIAUD, 2009). O *remix* não é mais “sobre quem criou a música originalmente,

¹⁰ No original: “Once an old English melody would have migrated to the North American continent by boat, where it would reappear in a myriad of variations that differed from region to region. In the same way, today a single sample may reappear in hundreds of different mixes. The elements that are recombined to compose these new songs are shuttled across the wired network (where once they passed from person to person), making a music that reflects the techniques and tensions of our time”.

é sobre recontextualização, criar nova música” (DOMBAL, 2006, tradução livre)¹¹, a ideia é criar um terceiro sentido às formas disponíveis no ciberespaço. O *sample* possui um valor nostálgico e referencial às formas do passado, produzidas pelas grandes indústrias fonográficas, uma relação ambígua de resistência às ideias de autoria e homenagem às obras da tradição gravada.

Além da citação histórica, a relação de resistência às culturas dominantes e o questionamento da autoria única, da noção do gênio isolado, foram expostas outras características em comum, como a ideia de música pertencente a uma comunidade altamente participativa. No *folk*, a comunidade era aquela ligada às relações territoriais e de sangue, enquanto que no espaço virtual são aquelas ligadas aos gostos em comum, ambas estimulando a participação sobre os objetos culturais, a *RW Culture* e a criação coletiva.

Referências

- ALTARES, Guillermo. **A origem do Natal**: uma luta entre elementos religiosos e pagãos. El País. 19 dez. 2017. Disponível em:
<https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/08/cultura/1512736033_713696.html>. Acesso em: 16 abr. 2018.
- BARTHES, Roland. **O Rumor da Língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004. p. 57-64
- BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade Técnica**. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da Cultura de Massa. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990. p. 221-254.
- BILTON, Nick. **One on One**: Girl Talk, Computer Musician. The New York Times. 28 fev. 2011. Disponível em:
<<https://bits.blogs.nytimes.com/2011/02/28/one-on-one-girl-talk-computer-musician>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

¹¹ No original: “It's not about who created this source originally, it's about recontextualizing - creating new music”.

- BOURRIAUD, Nicolas. **Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo**. Tradução Denise Bottmann. São Paulo: Martins, 2009.
- BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. Tradução Leila Souza Mendes. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010.
- CAMPANELLI, Vito. An Existential Perspective. In: **The Routledge Companion to Remix Studies**. New York: Routledge, 2015.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Ed., 2003.
- _____. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.
- CHARTIER, Roger. Culture as Appropriation: Popular Cultural Uses in Early Modern France. In: **Understanding Popular Culture: Europe from the Middle Ages to the Nineteenth Century**. KAPLAN, Steven L. (ed.). New York: Mouton, 1984.
- _____. Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico. **Revista Estudos Históricos, Rio de Janeiro**, v. 8, n. 16, p. 179-192, dez. 1995. ISSN 2178-1494. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2005>>. Acesso em: 18 jan. 2018.
- DOMBAL, Ryan. **Girl Talk**. Pitchfork. 30 ago. 2006. Disponível em: <<https://pitchfork.com/features/interview/6415-girl-talk/>> Acesso em: 16 abr. 2018.
- FARTHING, Stephen. **Tudo sobre arte**. Rio de Janeiro, Sextante, 2011.
- GARCIA CANCLINI, Néstor. Ni Folclórico, ni massivo: Que es lo Popular? **Revista Dialogos de la Comunicación, LIMA**, Nº 17. 1997, P. 1-16.
- HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.
- _____. **Invasores do Texto: fãs e cultura participativa**. Tradução Érico Assim. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2015.

JORDAN, Ken. Stop. Hey. What's That Sound? In: MILLER D, Paul (org.). **The Sound Unbound: Sampling Digital Music and Culture**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press 2008.

KELLER, Daphne. **The musician as thief: Digital Culture and Copyright Law**. In: MILLER D, Paul (org.). **The Sound Unbound: Sampling Digital Music and Culture**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press 2008.

KOZINETS, Robert V. **Netnography: redefined**. 2º ed. London: SAGE Publications, 2015.

KVIFTE, Telef. **Digital sampling and analogue aesthetics**. 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/234037742_Digital_sampling_and_analogue_aesthetics>. Acesso em: 19 jan. 2018.

LEMOIS, André. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. São Paulo; Editora 34, 2004.

LESSIG, Lawrence. **Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy**. London: Bloomsbury Publishing PLC, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. MIT Press, 2002.

NAVAS, Eduardo. **Remix Theory: The Aesthetics of Sampling**. New York: Springer Wien, 2012.

RICOEUR, Paul. **Hermeneutics and the human sciences**. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

RITCHIE, Jean. **Folk Singer – obituary**. The Telegraph. 3 jun. 2015. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/news/obituaries/11649343/Jean-Ritchie-folk-singer-obituary.html>>. Acesso em: 16 abr. 2018

SÁ, Simone Pereira de. A música na era de suas tecnologias de reprodução. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**.

E-Compós, Brasília vol. 6, ago. 2006. Disponível em:

<<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/92>>. Acesso em: 22 mar. 2018

SILVA, Cicero Inácio da. Can I borrow your proper name? In: **The Routledge Companion to Remix Studies**. New York: Routledge, 2015.