

**Música Techno:  
o som da cibercultura que padroniza uma  
cultura musical mundial no ciberespaço**

André Luiz da SILVA<sup>1</sup>

**Resumo**

A música Techno é o som da cibercultura, a cultura dos que navegam no ciberespaço, o espaço da grande rede de comunicação navegável e transparente centrado na informação. O Techno tem como matéria prima o digital e traz em sua essência a criação contínua, utilizando-se de obras já gravadas, alimentando-se no universo de músicas já existentes, reinterpretando-as, como uma co-produção artística. Os músicos do Techno oferecem estas obras para a coletividade virtual dos que gostam deste gênero musical, sobre tudo o público jovem freqüentador das *raves*, as festas com música eletrônica. O presente artigo traz um estudo sobre: difusão cultural, modernidade, ciberespaço e cibercultura. No final será analisada a música Techno, um gênero musical da cibercultura que padroniza uma cultura musical mundial no ciberespaço.

**Palavras chave:** Modernidade. Ciberespaço. Música Techno.

**Introdução**

A música popular na contemporaneidade é também uma música mundial. No passado os discos eram, digamos, de uma paisagem musical congelada, onde as pessoas preferiam ouvir aquilo que elas conheciam, isto no início do século XX. Quase todos os discos eram gravados por músicos locais, para um público local. Neste sentido apenas a música clássica e erudita era absorvida por um público de ouvintes internacionais. Mas na contemporaneidade esta situação mudou radicalmente. A música popular atual além de ser mundial é variável, absorvendo contribuições locais, regionais e também as expressões de novas correntes sociais e culturais. Esta mudança no cenário musical pode ser explicada sobre duas perspectivas. A primeira seriam as transformações da economia, com a modernidade mundo, globalização, desenvolvimento das nações, movimentos culturais e sociais da juventude. A outra seriam as condições econômicas, as técnicas de gravações, a distribuição e a audição da música. É justamente neste

---

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social. Aluno do Curso de Extensão: Técnico em Cinematografia. E-mail: andrejuliaocg@yahoo.com.br

segundo ponto que este artigo irá centralizar a sua análise, apesar do primeiro ponto já citado também ter sido amplamente analisado para que pudéssemos chegar a modernidade do ciberespaço, que na contemporaneidade padroniza uma cultura musical mundial, a música Techno, o som da cibercultura.

Apesar de inicialmente concebido como uma música de festa que era mixada diariamente em programas de rádio e tocada em clubes estudantis de Detroit, o Techno cresceu ao ponto de se tornar um fenômeno global. Estes clubes criaram a incubadora na qual o Techno se desenvolveu. Esses jovens promoters, (promotores), criaram e desenvolveram a cena de dance music local, captando os gostos da audiência local composta pelos jovens e produzindo festas com DJs inovativos e uma música moderna e eclética. Logo que esses clubes locais foram crescendo em popularidade, grupos de DJs começaram a se organizar e vender suas técnicas de mixagem e Sound system para os clubes, sob nomes como Áudio Mix e Direct Drive para abastecer o número crescente de ouvintes. Locais como centros de atividades de igrejas, galpões abandonados, escritórios e auditórios foram as primeiras localizações aonde o público (na sua maioria menores de idade) se reuniam e onde o estilo e a forma musical do Techno foi definida.

Este artigo é um estudo sobre a música Techno, uma análise que mostra que este gênero musical traz em si o princípio da comunidade virtual. O Techno tem em sua essência os três princípios do movimento social da cibercultura que são: a interconexão, o uso da internet e a possibilidade de digitalizar qualquer peça.

A difusão das gravações padroniza a música popular. A música Techno como uma das obras da cibercultura não possui limites nítidos e é uma obra aberta, mutada e transformada pelos músicos que a produzem. Esta é uma das características da música Techno, pegar uma obra gravada e através de vários recursos, como o simpling e mixagem, transformá-la para depois oferecê-la para o coletividade, onde todos que utilizam o ciberespaço reconhecem o Techno como um padrão musical da cibercultura a ser seguido.

### **Difusão cultural e modernidade**

A difusão cultural é o processo pelo qual os elementos ou sistemas de cultura se espalham. A difusão cultura está ligada a tradição, isto na medida em que a cultura

material passa de um grupo para outro, mas a tradição se refere a transmissão de conteúdos culturais de uma geração para outra (do mesmo grupo de população), já a difusão refere-se a transmissão de conteúdo culturais de uma população para outra.

Segundo Ortiz (2000, p. 74) “A tradição opera essencialmente em termos de tempo, a difusão em termos de época”. Esta difusão cultural pressupõe a existência de um centro difusor de cultura, um espaço compartilhado pelas culturas que se interligam. Desta forma o difusionismo se intervia tanto pela comparação entre as áreas da civilização quanto pela migração de traços culturais de uma área para outra.

Sobre este aspecto Ortiz (2000, p. 74) afirma que:

Isto fica claro quando abordamos os chamados fenômenos de aculturação. Nesse caso, supõe-se o contato de grupos provenientes de dois universos diferentes, e como resultado, mudanças nos padrões culturais de um ou de outro.

Através deste enfoque vale ressaltar que os estudos de aculturação privilegiam o movimento das populações imigrantes na Europa, negros nos Estados Unidos, índios na cidade e etc. Como as culturas entram em contato por meios dos homens a base de referência pode ser um coletivo de indivíduos que se desloca. Segundo ORTIZ (2000, P. 75) “Sabemos que os traços se fazem em detrimento do grupo que parte para se implantar, em condições adversas, em terras estranhas”. A assimilação cultural se faz sempre no seio do território, a nação, a cidade, o bairro, o conceito de memórias coletivas torna-se fundamental para a análise antropológica.

Mas diferente do que acontecia em épocas passadas o homem moderno, com o avanço dos meios de comunicação e o advento das novas tecnologias, torna-se cada vez mais um cidadão do mundo, onde as distâncias e os territórios parecem não serem tão longínquos ou externos. “A fronteira, esse produto de um ato jurídico de delimitação, produz a diferença cultural do mesmo modo que é produto dessas”. (BORDIEAU, 2007, p.115).

Hoje em dia nos deparamos com uma cultura mundial padronizada que tem como centro difusor a modernidade. Esta modernidade é móvel, é o princípio da circulação das formas urbanas, dos meios de transporte, da moda, da música, do

cinema, da alimentação, do ciberespaço e etc. “O mapa global, onde não há privilégio de lugar (uma projeção universal) , é o símbolo correlato do relógio do esvaziamento do espaço”. (GIDDENS, 2002, p. 23).

Na modernidade o tempo é o mais importante, a velocidade da informação, dos conceitos. Uma informação é criada e deve ser rapidamente difundida, para que outra venha a ser criada, tornado aquela então novidade , não mais do que uma informação obsoleta. No mundo moderno o tempo é uma função de inter-relação de um conjunto de atividades como: comer, vestir, fazer compras, trabalhar, passear e etc., adaptar-se a este ritmo é uma questão fundamental. O "perder tempo" significa estar atrasado com a ordem das coisas.

O Fast-Food (comida rápida) é um exemplo clássico do movimento de aceleração da vida, um exemplo da cultura contemporânea surgida nos Estados Unidos e exportada pelos americanos para todos os países, um dos vários exemplos da americanização do mundo. Em todos os países as pessoas adotam os costumes americanos que são difundidos principalmente pela mídia. Segundo ORTIZ (2000, p. 88) “Os Estados Unidos seriam o espelho do mundo caberia aos publicitários um papel importante na divulgação de sua imagem”.

A missão dos publicitários seria a de promover a transição dos povos “atrasados”, para a modernidade norte americana, isto através do consumo de mercadorias e marcas como : calça jeans, Mackdonalds, Disneylândia, cinema, a música com o *Rock and Rool*. Estes seriam apenas alguns dos principais aspectos da cultura de exportação americana. O resultado desta operação estratégica americana seria o esforço da dependência política e cultura de outros países em relação aos Estados Unidos e também o enfraquecimento das culturas nacionais, que também é muitas vezes simbolicamente baseada na idéia de um povo, ou Folk, puro original. “As culturas nacionais, ao produzirem sentidos sobre a nação, sentidos com os quais nos identificamos, constroem identidades”. (HALL, 2006, p. 51).

Este imperialismo cultural se fundamenta através de dados concretos que confirmam sua materialidade, como por exemplo: a articulação entre a indústria norte americana de comunicação e o complexo militar, que é verdadeira e não uma ficção científica. Outro exemplo seria a invenção do computador, que não se deve apenas ao gênio dos homens, mas decorre da convergência de interesses científicos militares. Os

grandes historiadores de informática afirmam que a segunda guerra mundial e a guerra fria foram decisivas para o avanço das tecnologias, e conseqüentemente para o avanço da modernização dos computadores.

### **A mundialização de uma determinada cultura promovida pela modernidade**

Na modernidade a mobilidade é essencial. Para esta mobilidade se faz necessário uma orientação. Por exemplo: em um aeroporto existem referências, placas, indicando para onde ir quando um cidadão chega vindo de outro país. Seria um texto semiológico recortado por indicações e painéis, informações que permitem que o visitante mergulhe neste novo labirinto de signos. Seria um espaço impessoal, que transforma o indivíduo em um usuário, alguém capaz de decodificar tudo o que o envolve. Desta forma por mais que o homem esteja longe de sua casa, ele se sente nela própria.

Esta é a idéia da “modernidade mundo”, que se apresenta com a globalização e o avanço da tecnologia. “A velocidade das técnicas leva a uma uniformização do espaço, fazendo com que os lugares se globalizem” (ORTIZ, 2000, p.106). Neste sentido cada local revela o mundo, já que tudo hoje em dia é receptível a intercomunicação, o mundo tornou-se e torna-se cada vez menor. O movimento de mundialização percorre dois caminhos, o da desterritorialização, um espaço abstrato, racional, deslocalizado, que por ser pura abstração. espaço categoria que por excelência não pode existir. Desta forma ele localiza-se preenchendo seu vazio de sua existência através dos objetos mundializados, que são as marcas de consumo de comunicação como: Coca-cola, marcas eletrônica, Philips, Sony, Toshiba. As telefônicas: Motorola, Nokia, Erickson e as automobilísticas: Ford, Wolkswagen, Nissan, Chevrolet.

Através destas marcas o homem mesmo estando o mais longe possível de seu país de origem, a passeio ou a negócios em outro país, continente, reconhece facilmente essas marcas mundiais. Quando os povos dominados culturalmente nas relações de força simbólica entram na luta em estado isolado, como é o caso da difusão de uma determinada cultura dita moderna, na vida cotidiana, estes povos acabam aceitando tal cultura, isto de forma resignada, provocada, submissa ou revoltada da definição dominante de sua identidade. A assimilação a outro modo de vestir, falar, ouvir uma

música mundial, consumir produtos, torna a imagem destes povos globalizados a mais afastada possível de sua identidade legítima.

Como podemos observar a mundialização não se sustenta apenas nos avanços tecnológicos, ela produz um universo habitado por objetos compartilhados em larga escala. Segundo ORTIZ (2000, p.107) “São eles que constituem nossa paisagem mobiliando nosso ambiente”. As corporações balizam todo o mundo através de marcas conhecidas pelo público mundial. Iogurte, Danone, Nestlé, Budweiser, tudo isto mapeia nossa familiaridade. Os ambientes também são balizados para uma familiaridade. Os aeroportos, são idênticos em qualquer lugar, as ruas chiques que hospedam marcas como: Dior, Valentino, Versace, Douce & Gabbana, que existem em todas as grandes metrópoles, a padronização dos carros. Sem estes exemplos uma cultura dificilmente teria a oportunidade de se mundializar.

A desterritorialização não se consubstancia apenas na realização de produtos compostos, ela está no centro formador da cultura internacional popular, onde o suporte é o mercado consumidor. Este fenômeno se projeta para além das fronteiras nacionais, um tipo de cultura que caracteriza uma sociedade global de consumo, o modo dominante da modernidade mundo. Neste sentido a publicidade tem um papel importantíssimo já que ela capitaliza determinados signos e referências culturais reconhecidas mundialmente. A visibilidade, valor universal, é identificada e traduzida em imagens inteligíveis nas sociedades onde a propaganda é anunciada, Não apenas objetos ,cigarros ,cerveja, biscoito, sapatos refrigerantes, mas também as referências culturais que a compõem devem se desenraizar. No contexto emergente as mercadorias devem ser produzidas, mas isso não é o mais importante. Elas devem ser produzidas e consumidas em grande escala. Este é um fenômeno de natureza cultural onde os homens devem estar aptos a comprar os produtos fabricados.

Se no passado o produto era percebido apenas como algo funcional, onde sua utilidade era o elemento preponderante de sua definição, hoje em dia a sociedade emergente requer um outro entendimento sobre o produto. Para as sociedades emergentes, de consumo, as mercadorias devem ser adquiridas independente do seu “valor de uso”. Desta forma a ética do consumo privilegia a sua inutilidade. Nasce nesse momento um choque de valores. É preciso que haja ética para se saber o que é útil para

sí e o que e não é útil , ou apenas um ostentação econômica. Consoante ORTIZ (2000, p.119) “Uma ética de consumo não deriva apenas de necessidades econômica”.

Esta sociedade do consumo, do capitalismo corporativo pulveriza as relações sociais. Mas a sociedade deve se reinventar, deve criar novas instâncias para a integração das pessoas, pois em um mundo onde o mercado do consumo é uma das principais forças reguladoras, a tradição das boas relações em sociedade torna-se insuficiente para orientar a conduta dos indivíduo.

### **Ciberespaço: o espaço de comunicação navegável e transparente centrado na informação**

No mundo atual a humanidade está passando por uma verdadeira revolução da informação e de comunicação que desafia os métodos tradicionais de análise e de ação. Os computadores, cada dia mais modernos e as redes de comunicação estão no centro das transformações catalisadas pela digitalização compreensão de dados e pelas hiper-mídias. Segundo SANTAELLA (2001, p .78) alimentados com tais processos, a internet rede mundial das redes interconectadas explode de maneira espontânea, e a autora completa;

Caótica, superabundante, tendência que só parece aumentar com a recente imigração massiva do e-comércio para o universo das redes. Nesse mesmo ambiente, nos setores técnicos e científicos, emergem tendências inquietantes, tais como a realidade virtual e a vida artificial.

As tecnologias digitais surgem como a infra-estrutura do ciberespaço, o novo estilo de comunicação, de sociabilidade, de organização, de transação, mas também um novo mercado de conhecimento e informação. “Os produtores de programas têm se dedicado a construção de um espaço de comunicação cada vez mais transparente e navegável”. (LEVY, 1999, p. 32).

O ciberespaço não compreende apenas materiais, informações e seres humanos, todos com sua função dentro dele, ele também compreende os programas que são os atores, os cenários, os textos. Os programas são softwares com instruções codificadas

que tem a função de fazer com que os processadores executem algo que foi pedido por uma pessoa ao acessar um computador. Desde a invenção dos primeiros computadores, isto no início dos anos 40 nos Estados Unidos e Inglaterra, que tinham como função armazenar os programas reservados aos militares, a execução de cálculos científicos, até a disseminação do seu uso nos anos 60, os seus inventores, engenheiros, matemáticos e lingüistas sempre trabalham para que as linguagens de programação sejam as mais próximas possíveis da linguagem natural.

Na modernidade em que vivemos a informática desconstrói o computador em benefício de um espaço de comunicação navegável e transparente centralizado na informação. Para LÉVY (1999, p. 44) “Um computador é uma montagem particular de unidades de processamento de transmissão de memória e de interfaces para a entrada e saída de informação”. O traço distintivo da nova informação e a virtualidade onde a universalização da cibercultura faz nascer uma co-presença e uma interação de qualquer ponto do espaço físico social ou informacional. O virtual seria uma dimensão muito importante da realidade e pode ser entendida em pelo menos três sentidos: o técnico, que está ligado a informática, o corrente e o filosófico.

Sobre o virtual LEVY (1999, p. 47) afirma que:

É virtual toda entidade desterritorializada, capaz de gerar diversos manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo, estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular.

O ciberespaço possui um estilo de relacionamento quase que independente com relação a lugares geográficos (telecomunicação, tele presença) e da coincidência do tempo (comunicação assíncrona). “O ciberespaço é hoje o lugar privilegiado para observarmos o reencantamento da tecnologia”. (LIMA, 2004, p. 133).

Somente as particularidades técnicas deste ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano se coordenem, cooperem, compartilhem informações, estilos musicais, jogos, alimentando e constituindo uma memória comum a todos, isto quase que em tempo real, apesar da distâncias onde cada um está e a diferença de horários.

A economia, as relações culturais e financeiras no ciberespaço, com a ajuda das ferramentas da cibercultura tornam-se cada vez menos dependentes de pontos geográficos, horários, trabalhos fixos e de planejamentos a longo prazo. Estas relações, principalmente as financeiras, acentuam mais ainda o caráter do virtual que possuem desde a invenção da moeda e dos bancos. A extensão do ciberespaço acompanha e acelera uma virtualização geral da economia e da sociedade.

### **Origens e surgimento da música Techno**

O Techno foi desenvolvido em primeiro lugar em estúdios amadores pelos "The Belleville Three" (Os três de Belleville), um trio de homens afro-americanos, Derrick May e Kevin Saunderson, que frequentavam a faculdade na época, próximo de Detroit, Michigan. Os músicos amigos de colégio e colecionadores de fitas mixadas encontraram inspiração na Midnight Funk Association, um programa de rádio eclético, de 5 horas de duração, que ia ao ar de madrugada em diversas estações de rádio de Detroit. O programa era comandado desde 1977 até meados da década de 1980 pelo DJ Charles Johnson. O programa proporcionava doses pesadas de sons eletrônicos como os de George Clinton, Kraftwerk e Tangerine Dream. A música logo atraiu atenção suficiente para criar seu próprio club, o Music Institute.

Ele foi fundado por Chez Damier, Derrick May e outros poucos investidores que apesar de ter vida curta, ficou conhecido internacionalmente, por suas festas que duravam a noite toda, suas espaçosas salas brancas, e seu bar de sucos (o Institute jamais serviu bebidas alcoólicas). Rapidamente, o Techno começou a ser visto por muitos dos seus criadores e pelos produtores que se ligaram ao estilo como uma expressão da angústia pós-industrial. Também tomou por orientação temas High-Tech e de Ficção-Científica. Os produtores musicais estiveram usando a palavra "Techno" num senso geral em 1984 (como no clássico do Cybotron "Techno City"), e esporádicas referências um pouco definido "Techno-pop" podem ser encontradas na imprensa musical nos meados da década de 80.

De qualquer forma, não foi antes de Neil Rushton lançar a compilação "Techno! The New Dance Sound of Detroit" (Techno! o novo som dançante de Detroit) pela Virgin Records em 1988 que a palavra Techno passou formalmente a descrever um

gênero musical. Desde então o Techno foi definido retroativamente para englobar, entre outros, trabalhos datando desde "Shari Vari" (1981) por A Number of Names, as primeiras composições do Cybotron (1981), "I Feel Love" (1977) por Donna Summer e Giorgio Moroder, e as mais dançantes seleções do repertório do Kraftwerk entre 1977 e 1983. Os produtores musicais, especialmente May e Saunderson, admitiram ser fascinados pela cena club de Chicago e serem influenciados pelo house em particular e essa influência é especialmente evidente em faixas da primeira compilação, assim como em muitas das outras composições e remixes que eles lançaram entre 1988 e 1992. O hit de May do inverno de 1987-88 "Strings Of Life" (lançado sobre o "nom de plume" Rhythim Is Rhythim), por exemplo, é considerado um clássico tanto nos gêneros House como Techno.

Ao mesmo tempo, existe uma evidência de que o som de Chicago foi influenciado pelos "Três de Detroit". May chegou a alugar o equipamento de um músico que atuava na cena de Chicago, Keith "Jack Master Funk" Farley, para fazer a música clássica "House Nation". Uma leva de lançamentos com influências Techno feitos por novos produtores em 1991 e 1992 resultaram numa rápida fragmentação e divergência do gênero Techno do house. Muitos desses produtores eram do Reino Unido e da Holanda, locais aonde o Techno ganhou grande número de seguidores e teve papel crucial no desenvolvimento das cenas club e rave. Muitas dessas novas faixas seguindo gêneros como IDM, trance, Hardcore e Jungle, levaram a música a direções mais experimentais do que os originadores do Techno pretendiam.

O Techno "puro" de Detroit permaneceu como um subgênero, de qualquer forma, liderado por uma nova safra de produtores da área de Detroit como Carl Craig, Kenny Larkin, Richie Hawtin, Jeff Mills, Drexciya e Robert Hood, além de certos músicos do Reino Unido, Bélgica e Alemanha.

Derrick May frequentemente compara o Techno a "George Clinton e Kraftwerk presos em um elevador". Por várias razões. O Techno é visto pelo mainstream americano, mesmo entre Afro-americanos, como "música de branco", mesmo que muitos dos seus criadores e produtores fossem negros. As similaridades históricas entre Techno, Jazz e Rock n'Roll de um ponto de vista racial, são ponto de divergência entre fans e músicos. Em anos recentes, de qualquer forma, a publicação de histórias relativamente acuradas pelos autores Simon Reynolds (Geração Ecstasy a.k.a. Energy

Flash) e Dan Sicko (Techno Rebels), além da cobertura da imprensa mainstream do Detroit Electronic Music Festival, ajudaram a difundir a mitologia mais dúbia do gênero. O Gênero se expandiu mais após recentes pioneiros da cena como Moby, The Zombie Hunter's Guild, Orbital e Future sound of London fazerem o estilo brotar na cultura pop mainstream.

### **Música Techno: o som da cibercultura que padroniza uma cultura musical mundial no ciberespaço**

O termo Techno é freqüentemente utilizado erroneamente para descrever todas as formas de música eletrônica. Os gêneros ciberculturais musicais são muito diversificados, a música Techno é justamente um destes gêneros. Como característica marcante existe no Techno a participação nas obras daqueles que se utilizam de gravações, interpretando-as, explorando-as, uma co-produção artística. Isto faz surgir uma característica especial da cibercultura que é a criação contínua. No Techno a obra é virtual e aberta, revelando um novo aspecto sobre ela, este gênero musical alimenta-se no universo de amostras já existentes de sons. Através da digitalização o Techno instaura uma nova pragmática da criação e da audição musicais.

A digitalização, o estúdio ao alcance de todos, de todas as realidades de orçamentos, onde qualquer músico pode produzir seu trabalho, seu som, é desta forma que os músicos produzem suas obras, colocam na rede suas obras Techno. No universo do Techno cada ator que faz parte do coletivo virtual, extrai a matéria sonora do fluxo em circulação em uma grande rede Techno social. Essa matéria é misturada, arranjada e transformada, depois reenjeitada na forma de uma peça original no fluxo de música original digital em circulação, onde cada músico, ou grupo de músicos, funciona como um operador em um fluxo em transformação permanente em uma rede cíclica de cooperadores.

O Princípio da música Techno é o princípio da comunidade virtual, onde os acontecimentos musicais são produzidos durante as festas rave, adquirido sentido em comunidades mais ou menos efêmeras de músicos e DJs, desta forma a música Techno inventou uma forma de tecer o laço cultural entre as pessoas que a consomem como música. Este som da cibercultura, esta música digital também prolonga a globalização musical, amplamente divulgada pelas gravadoras e rádios Fms, isto porque todos os

tipos de música, sejam elas: religiosas, clássicas ou étnicas, são retiradas de sua originalidade, transformadas e mixadas para só depois serem oferecidas a uma escuta envolvida em uma aprendizagem permanente.

Na modernidade, oferecida aos que navegam no ciberespaço, é cada vez mais freqüente que as músicas Techno sejam produzidas a partir de amostragens, os “simpling”, uma reordenação de sons, algumas vezes Technos inteiros obtidos nos estoques de gravações disponíveis, transformadas em novas amostragens, mixagens feitas por outros músicos. Esta prática é muito difundida entre as varias correntes da musica Techno.

### **Considerações finais**

Após todo estudo que foi realizado, tendo como base a modernidade e o ciberespaço, concluo que os que produzem a música Techno têm como finalidade uma padronização cultural sintetizada principalmente num estilo que tem como característica a mutação em uma obra já acabada, mas que torna-se uma obra aberta. Na música Techno a gravação deixou de ser o fim ou referência musical. Ela na verdade é uma linha passageira para ser misturada particularmente. Mas isto não quer dizer que a gravação não tenha mais importância, nem que os músicos Techno sejam totalmente indiferentes ao fato de que suas produções sejam referenciais, produtos reais de obras acabadas.

O público ouvinte destas obras da música Techno é enorme, sobre tudo o publico jovem, que consome esta música principalmente nas festas raves. Para os que fazem o Techno é mais importante criar um Happening (acontecendo) no circuito, em uma festa *rave*, do que acrescentar um item memorável aos arquivos da música. Na comunidade virtual da música Techno cada um é ao mesmo tempo produtor da matéria prima, transformador, intérprete e ouvinte em um circuito auto-organizado de criação cooperativa, de apreciação concorrente, isto integra progressivamente o conjunto do patrimônio musical gravado.

A música Techno, que tem como matéria prima o digital, ilustra a figura do universo sem totalidade, ele não se instaura em toda parte o mesmo sistema, seu universo é por contato, transversal, mutante. Este fluxo musical se transforma constantemente, inventando o espaço que se alastra. Este universal dispensa totalização,

por que não repousa sobre qualquer sistema particular de escrita ou de combinação de sons. No Techno a composição e a gravação, os principais modos de fechamento musicais, não desaparecem, mas são secundários, isto graças aos recursos do simpling e da mixagem, que são os principais elementos musicais da musica Techno, uma música que é universal, mas não totalizável.

### **Referências**

BORDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**/ Anthony Giddens: tradução Plínio Dentzein- Rio de Janeiro: Jorge Zahar , Ed. 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva; Guaracira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LE MOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**, 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**; tradução de Carlos Irineu da Costa-São Paulo: Ed. 34, 1999.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense 2000.

SANTAELLA, Lúcia. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrados e doutorados**/ Lúcia Santaella. São Paulo: Hacker editores, 2001.

### **Ciberliteratura**

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Techno>