

O USO DE ELEMENTOS SONOROS EM PRODUTOS DE ENTRETENIMENTO

Vera da Cunha Pasqualin¹

Resumo:

Este artigo apresenta uma reflexão sobre a contribuição dos elementos sonoros para a produção de performances mediatizadas como produtos de entretenimento. Serão analisados dois contextos distintos: roteiros de peças radiofônicas, escritos na década de 1940, de autoria de José Medina, e apresentações em concursos de Cosplay, no ano de 2013. Para tanto, serão trazidos conceitos propostos por Paul Zumthor, sobre a poética da voz, bem como de Murray Schafer sobre paisagem sonora, além de outros teóricos que tratam de temas como comunicação, mídia e consumo.

Palavras-chave: Rádio; Paisagem Sonora; Cosplay; Performance; Comunicação e consumo.

Abstract:

This article focuses on the contribution of the sound for the production of performances as entertainment products elements. Two different contexts will be analyzed: roadmaps radio plays, written in 1940, by José Medina, and presentations on Cosplay contests in the year 2013. At the end, the proposed concepts will be brought by Paul Zumthor, on the poetics of voice, as well as Murray Schafer on soundscape, and others theorists who works with topics such as communication, media and consumption.

1 Mestranda do PPGCOM-ESPM, em Comunicação e Práticas de Consumo. Possui graduação em Comunicação Social pela ESPM-SP (1996). Integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Entretenimento, Linha de Pesquisa em Comunicação, Consumo e Memória. Participa da Pesquisa Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis, com apoio do CNPq (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES N. 18/2012 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas) em desenvolvimento junto ao PPGCOM-ESPM, sob coordenação da Profa Dra Mônica Rebecca Ferrari Nunes. É bolsista de pesquisa em comunicação editorial da Revista Comunicação Mídia e Consumo, revista científica do PPGCOM-ESPM. E-mail: vpasqualin@gmail.com.

Keywords: Radio; Soundscape; Cosplay; performance; Communication and consumption.

Introdução

Lazer, diversão, teatralidade, performance, experiência, sonoridade, jogo, voz, corpo, gesto, expressão. Palavras aparentemente soltas, porém que se revelam motivadoras para um pensamento sobre as práticas de entretenimento e consumo.

Vamos comparar duas atividades de características bastante distintas e separadas por 7 décadas, porém que compartilham, na sua essência, a magia de envolver o seu público por meio de um conjunto de elementos. Sobre estes elementos, especialmente os sonoros, é que este artigo irá discorrer.

Antes de penetrarmos no mundo da performance, faz-se necessário explicar as escolhas feitas para esta abordagem. De um lado, peças radiofônicas produzidas nos anos 1940. Do outro, atuações em concursos de Cosplay².

Os estudos sobre rádio, na sua época de ouro, fazem parte da pesquisa de mestrado que está sendo feita pela autora deste artigo, ainda em fase preliminar. O corpus desta pesquisa é composto, basicamente, pelo arquivo de José Medina, um artista autodidata com diversas facetas, que atuou no campo da produção midiática, especialmente em cinema, fotografia, teatro, jornal e pintura. Passou a maior parte da sua carreira trabalhando em rádio, onde desempenhou variados papéis, como autor, ator, diretor e apresentador de programas. A produção de José Medina nos permite infinitas reflexões a respeito do fazer midiático e, para este artigo, optamos por estudar os roteiros de peças radiofônicas de sua autoria.

Viajando no tempo, 70 anos depois das peças radiofônicas apresentadas, analisamos uma prática da cena jovem que também nos permite refletir sobre o papel do som na performance: a cena cosplay³. Este estudo sobre cosplay está inserido na Pesquisa Comunicação, Consumo e Memória: Cosplay e Culturas Juvenis⁴. Nestas

2 Cosplay é a contração das palavras inglesas *costume* e *play*. Consiste na prática de escolher, vestir-se e interpretar personagens midiáticos.

3 Conceito de cena aqui analisado sob a ótica proposta por Will Straw (2004). A *cena cosplay*, entende-se como “prática de sociabilidade reunindo ambientes comunicacionais diversos, atores sociais, além dos processos de produção, circulação, consumo e memória articulados em uma rede de produção de sentido.”(NUNES, 2012, p. 82)

4 Esta pesquisa conta com apoio do CNPq (Chamada MCTI/CNPq/MEC/CAPES N. 18/2012 – Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas) em desenvolvimento junto ao PPGCOM-ESPM, sob coordenação da Profa Dra Mônica Rebecca Ferrari Nunes.

cenar é possível observar a contribuição do áudio para a performance dos concorrentes de concursos de cosplay, que interpretam trechos de episódios de animês⁵, games, cartoons, filmes⁶ construindo inusitadas paisagens sonoras. O conceito de paisagem sonora, trazido pelo musicólogo canadense Murray Schafer, será tratado neste artigo e refere-se ao ambiente sonoro, podendo ser considerado como ambiente real ou abstrato.

A voz performática do rádio

O rádio, por conta de, ou apesar de, não ter imagem, explora a sonoridade de modo singular. Através da sua escuta, o radiouvinte é convidado a ativar a imaginação para poder “enxergar” a performance que se apresenta. Marshall McLuhan cria o conceito de espaço áudio-tátil e Jesús Elizondo Martínez explica este conceito de McLuhan, ao dizer que

se o espaço é considerado como “o mundo criado pelo som”, então temos que estar conscientes de que suas características serão totalmente diferentes daquelas do espaço visual. Este espaço não terá limites fixos ou centro, nem um limitado sentido da orientação. Além disso, estará mais eficientemente conectada ao sistema nervoso central que qualquer outro elemento visual: a imagem nunca é tão forte como é a sensação espacial direta. (MARTÍNEZ, Jesús Elizondo. In: SÓUSA; CURVELLO; RUSSI (Org.), 2012, p.8-9. Tradução livre da autora)

O estudo de roteiros radiofônicos nos permitirá analisar o poder que a voz tem, combinada aos demais elementos sonoros (músicas e efeitos produzidos em estúdio), para projetar imagens na mente humana, característica inerente ao rádio

pois, lá para onde a voz for lá estará para o ouvinte. Para ela é brincadeira estruturar uma situação fictícia e dela partir para outra, aos saltos. Surge assim um contexto dramático insuspeitadamente móvel e amplo, para o qual apenas a capacidade de pensar e de imaginar do ser humano pode oferecer um “palco” adequado. (KLIPPERT apud NUNES, 1993, p. 111-112)

É importante salientar que, na década de 1940, época dos roteiros deixados por José Medina para esta pesquisa, o rádio invadia, soberano, a casa dos ouvintes e, sem pedir licença, exercia um papel de companheiro, de transmissor

de informações, mas, também, fundamentalmente, de entretenimento. Através de sua sonoridade, o radiouvinte era puxado para dentro da trama radiofônica e conectava-se a um universo paralelo, viajando com auxílio da imaginação, provocada pelos estímulos sonoros.

Este aspecto é ressaltado pelo que nos elucidava Mônica Rebecca Ferrari Nunes, ao dizer que

os ouvidos e a percepção auditiva beneficiam-se da evolução do desenvolvimento humano, uma vez que as regiões auditivas já se encontram, na ocasião do nascimento, capazes de processar informações associadas aos sons do exterior e podem interpretá-los, distinguindo frequências de vozes, reagindo ao mundo. (NUNES, 2012, p. 93)

Ora, se a audição é o sentido primariamente desenvolvido no ser humano e, além disso, “os nossos ouvidos são, no campo do inconsciente, os únicos orifícios que nunca se fecham”, como lembrado por Jacques Lacan (1979), o ritual de escuta do rádio torna-se, também, um poderoso aliado para a criação de imaginários.

O rádio, desta forma, pode ser visto como um importante ativador de memórias, delírios, emoções e imaginários.

O radioteatro ou *radiodrama* tem sido o gênero radiofônico que melhor desenvolveu essa tradução sonora do mundo audiovisual. Mas, ao mesmo tempo, no rádio encontra-se o meio ideal para expressar o fantástico e imaginário, criando uma nova poesia: a poesia do espaço. O rádio, portanto, estabelece duas importantes metas: reconstituição e recriação do mundo real através de vozes, música e ruídos, e criação de um mundo imaginário e fantástico, “produtor de sonhos para espectadores perfeitamente acordados”. (BALSEBRE, 2004, p. 14. Tradução livre da autora)

Ouvindo os roteiros

Apesar da materialidade dos roteiros pesquisados se apresentarem em papel e de forma escrita e estarmos tratando agora da importância dos elementos sonoros na performance, apoiamo-nos no que Erick Felinto (2006) explica sobre as materialidades da comunicação.

Falar em “materialidade da comunicação” significa ter em mente que todo ato de comunicação exige a presença de um suporte material para efetivar-se. Que os atos comunicacionais envolvam necessariamente a intervenção de materialidades, significantes ou meios pode parecer-nos uma ideia já tão assentada e natural que indigna de menção. Mas é precisamente essa naturalidade que acaba por ocultar diversos aspectos e consequências importantes das materialidades na comunicação – tais como a ideia de que a materialidade do meio de

⁵ Animês são as animações japonesas.

⁶ Dependendo da organização dos eventos em que estas apresentações ocorrem, há certas restrições quanto ao gênero apresentado.

transmissão influencia e até certo ponto determina a estruturação da mensagem comunicacional. (FELINTO, 2006, p. 36-37)

Analisando os roteiros radiofônicos produzidos por José Medina, percebemos que a pontuação utilizada nos textos a serem interpretados pelos atores frisa as pausas, interrogações e ênfases, através de colocação de reticências e pontos de exclamação e interrogação, por vezes combinados e enfatizados. Estes elementos eternizados no papel, nos auxiliam na investigação sobre a performance mediatizada.

Ao fazer indicações específicas ao seu “casting” e para os técnicos do estúdio, Medina explorava os elementos que possibilitavam que os intérpretes usassem seus corpos como mídia primária, conceito explicitado por Norval Baitello Junior:

na comunicação primária, os participantes não contam com outros recursos senão aqueles que seu próprio corpo possui (sons e ruídos naturais, os gestos e a aparência, os odores naturais). Sua principal característica é a presença imediata dos corpos no mesmo tempo e no mesmo espaço, por isso é chamada de comunicação presencial. (...) Os meios terciários surgem com a eletricidade, com a criação de aparatos que transmitem mensagens para outros aparatos similares, instantaneamente, ou remetem à mensagem gravada em suportes que somente podem ser lidos por aparatos similares. (BAITELLO, 2010, p. 62)

Podemos dizer que o uso do corpo como mídia primária servia para promover uma performance no rádio, por sua vez, uma mídia terciária. Para exemplificar este procedimento, reconhecemos as marcações feitas nos próprios roteiros, vejamos trecho do programa “Teatro Romântico” escrito e dirigido por José Medina, irradiado pela Rádio Bandeirantes, em 24 de fevereiro de 1945, com o título de “Um episódio de guerra”:

TÉCNICA /SOBE E DESCE/
ESTÚDIO (PORTA QUE SE ABRE
REPENTINAMENTE)
ELBERT (DA PORTA - GRITO
ENTUSIASMO) Mamãe!...
MÃE (GRANDE SURPRESA)
Elbert!... Meu filho!.....
ELBERT (APROXIMA) Oh! Mamãe!...
Quanta saudade
(ABRAÇA)
MÃE (ABRAÇANDO EM
LÁGRIMAS) Oh! Elbert... meu
filho querido!
ELBERT (PAUSA) E então mamãe? Que é
isso? A senhora ao
invés de se alegrar, está chorando?...
(MEDINA, Rádio Bandeirantes, 24 fev. 1945, p. 1)

Apesar da distância física entre o estúdio de rádio e o ouvinte, a performance radiofônica tem o poder de transportar os ouvintes e faz uso dos elementos sonoros para criar o cenário propício, como se a cena estivesse acontecendo diante dos olhos atentos da plateia, exalando odores, exibindo cores, texturas e emoções. Sendo a performance ao vivo ou de forma mediatizada, pressupõe um agente interpretante -que pode ou não ser o autor da obra - e um receptor da dramatização. A relação entre eles se estabelece como um jogo:

A relação emocional que se estabelece entre o executante e o público pode não ser menos determinante, provocando toda espécie de dramatização ou de desdobramento do canto: intervenções do poeta no seu próprio jogo, que exigem uma grande destreza, mas engendram uma liberdade. Nem para seu autor, nem para seus ouvintes, as performances não mediatizadas são cronometricamente previsíveis. Sua duração só obedece, com uma grande aproximação, a uma regra de probabilidade, culturalmente motivada. (ZUMTHOR, 2010, p. 167)

Paul Zumthor (2010) nos elucida, ainda, ao dizer que toda performance deve estar inserida em um contexto temporal, por se tratar de uma atividade de natureza oral e também por estar fortemente ligada ao espaço de atuação.

Situada num espaço particular, a que se liga numa relação de ordem genética e mimética, a performance projeta a obra poética num cenário. Nada, do que faz a especificidade da poesia oral, é concebível de outro modo, a não ser como parte sonora de um conjunto significativo, em que entram cores, odores, formas móveis e imóveis, animadas e inertes; e, de modo complementar, como parte auditiva de um conjunto sensorial em que a visão, o olfato, o tato são igualmente componentes. Esse conjunto se recorta, sem dele se dissociar (apesar de certos truques), no continuum da existência social: o lugar da performance é destacado no “território” do grupo. De todo modo, a ele se apegava e é assim que é recebido. (ZUMTHOR, 2010, p. 174)

Este continuum, como colocado por Zumthor, marca a relação entre a realidade e a performance. A mistura dos elementos dos sentidos formam vínculos que tornam os produtos de entretenimento uma continuação da vida cotidiana.

Rádio-entretenimento

Com o surgimento e consolidação do rádio como mídia de massa, surgiu também a necessidade de

estabelecer-se uma linguagem própria, que facilitaria o diálogo com os ouvintes. Mario de Andrade fez uma reflexão sobre este tema, ao dizer que

a língua, no seu sentido, digamos, abstrato, é uma propriedade de todo o grupo social que a emprega. Mas isto é uma mera abstração, essa língua não existe. O tempo, os acidentes regionais, as profissões se encarregaram de transformar essa língua abstrata numa quantidade de linguagens concretas diversas. (...) Ora, existe a linguagem do rádio também. O simples problema de alcançar o maior número de pessoas, de lhes ser acessível e as convencer a todas, obriga o rádio a uma linguagem mista, complexa, de um sabor todo especial, a começar pelo “Amigo ouvinte”, que da linguagem dos púlpitos passou para a do rádio. (ANDRADE In: MEDITSCH, 2005, p. 115)

Este tipo de linguagem utilizada nas transmissões pelo rádio acaba por contribuir para a construção de uma intimidade com os ouvintes. Outro elemento importante que é evidenciado ao se analisar a linguagem radiofônica, é a constância, a continuidade, a ritualização do tempo. Harry Pross, em entrevista a Norval Baitello e José Roberto Barreto (1992), coloca que

sem o ritmo social, que concilia os ritmos individuais entre si e com o ritmo cosmológico, não haveria atividade social. A atividade social precisa ser ordenada em um rito de calendário, que constitui o rito básico de toda sociedade. É por ele que se orienta o rito do trabalho na sociedade industrial, enquanto na agricultura o ritmo cosmológico desempenha o papel mais importante. E aí vem os veículos de comunicação de massa que naturalmente se aproveitam disto. As mais altas frequências da sociedade industrial estão no final dos ritos do trabalho, aquilo que chamamos de “lazer”. (PROSS apud BAITELLO e BARRETO, 1992, p. 3)

O rádio assume um papel-chave para a formação da memória coletiva. Ao transmitir sua programação diária aos ouvintes, auxilia na função de lazer que promove o desligamento temporário das mazelas, reproduz conteúdos culturais, exercita as mentes, desperta afetos, estimula a imaginação. Ajuda a pôr ordem no caos e a afirmar a certeza da continuidade da vida cotidiana, por meio da programação e da escuta ritual que proporciona.

O ritual situa-se no eixo do entretenimento: relaxamento da consciência, perda da vigília, automatismo, eliminação da vida cotidiana. A participação nos atos comunicativos, incluídos nos ritos do calendário, enquadra também o receptor no rito. (NUNES, 1993, p. 33)

Os elementos sonoros presentes nas obras de

entretenimento representam um elo de ligação, um portal, entre a vida real e o inconsciente.

Romeu X Julieta

William Shakespeare escreveu, no século XVI, a célebre tragédia “Romeu e Julieta”, que conta a história de dois jovens apaixonados, porém que tinham que manter seu romance em segredo por serem de famílias inimigas. O escritor inglês ambientou a sua história na Itália, na cidade de Verona, onde os dois amantes acabam morrendo juntos, já que, em vida, suas famílias jamais permitiriam a união. Cinco séculos depois, a trama criada por Shakespeare ganhou novos contornos, em 2007, quando inspirou o seriado de animê no Japão, chamado *Romeu X Julieta*⁷. Apesar de ser baseada na obra de Shakespeare, nesta série japonesa o Romeu e a Julieta não acabam juntos e a garota mata o amante com sua espada, como um gesto de sacrifício pelo seu povo e para vingar a morte de seus familiares.

Os produtos midiáticos japoneses, como é o caso deste animê *Romeu X Julieta*, é também consumido pelo público brasileiro, ávido pela cultura nipônica. Os mangás, animês e games são lançados no Japão e a própria comunidade de fãs se organiza para traduzir o conteúdo e disponibilizar, gratuitamente, para os outros amantes destes produtos. As legendas produzidas pelos fãs, desta forma, são conhecidas como fansubs.

O simpático e entusiasmado casal de jovens namorados, formado por Mariana e Thiago vive no Rio de Janeiro e foi a São Paulo para participar do concurso de Cosplay Tradicional⁸, organizado durante o Anime Friends 2013⁹. Escolheram uma das cenas do seriado *Romeu X Julieta* para montar sua performance competitiva. Sobre a escolha desta cena para ser apresentada no concurso, e com que idioma havia tomado contato com a obra original, Mariana respondeu: “Foi no original em japonês porque esta série não tem dublada. É no original. Porque é assim. A gente baixa da internet e tem vários fansubs, como a gente fala, que traduzem e disponibilizam pra gente e a gente baixa.”

⁷ *Romeo x Juliet* foi exibido no Japão pela Chubu-Nippon, lançado em abril 2007.

⁸ Os concursos de Cosplay Tradicional consistem na encenação de trechos de animês, mangás ou games, sendo o mais fiel possível ao produto originalmente apresentado.

⁹ *Anime Friends 2013* é um evento que reúne vários elementos da cena cosplay. Aconteceu entre os dias 11 e 21 de julho de 2013, no Campo de Marte, na cidade de São Paulo. A entrevista foi realizada no dia 18/07/2013 e registrada em vídeo por mim e pela Profa Dra Mônica Rebecca Ferrari Nunes.

Falando sobre a cena escolhida para o concurso, explicam que a série Romeu X Julieta é muito bonita e que a cena que acabara de ser interpretada não tem modificação do animê original e que a Julieta mata o Romeu com a espada mesmo, justamente porque eles se confrontam e por isso se chama Romeu versus Julieta.

O casal nos conta também que consomem muita coisa da cultura japonesa e estão sempre atentos às possibilidades de novas interpretações a partir dos produtos absorvidos.

A gente assiste muita coisa. Desde animê, série, videogame. A gente faz de tudo um pouco. Às vezes quando a gente está junto assistindo alguma coisa ou jogando alguma coisa, a gente diz: pô, daria uma boa apresentação essa cena.

Esta atitude de perceber, ao receber os conteúdos, a oportunidade de transformar as cenas em outras performances, revela um olhar aberto para a exploração dos caminhos da teatralidade e da expressão. O intuito é receber, entender, internalizar, para, por fim, interpretar a cena, dando novos e arejados significados.

Os fatores motivadores para a escolha de uma cena ou um personagem para praticar o cosplay, é bastante variado, como nos conta Mariana durante a entrevista:

Tem a *afinidade* com o personagem. Pode ser por causa da apresentação. É um tipo de apresentação que você quer fazer. É um *efeito que você quer pôr em prática*. É um *tipo de fotografia* em um local bonito que você quer tirar foto. Você *se apresentar em grupo*, você *se divertir*. Você fazer uma apresentação, uma *interpretação diferente*, que o público goste. Muita gente faz porque gosta de concurso grande que vai ter premiação. É muito diferente. Pra mim, fazer cosplay, no momento, *é colocar minhas habilidades em prática e é um hobby*. (Grifos nossos)

A prática do cosplay engloba muitas habilidades, que vão desde a expressão corporal, imposição da voz, tom e gesto, para encarnar o personagem representado, até habilidades manuais para construir as armas, roupas e acessórios das figuras escolhidas.

Explorando especificamente a sonoridade da apresentação deste casal que representou, no palco do *Anime Friends 2013*, os personagens de Romeu e de Julieta, observamos que, para criar a versão final da performance¹⁰, o som adquiriu várias formas e versões. O filme original tinha personagens desenhados, que ganharam vida através do processo de animação, com dubladores em japonês e

apoio da trilha e de efeitos sonoros. O material chegou ao Brasil com o áudio no original, porém com a inclusão de legenda em português, providenciada pelos *fansubs*. Para chegar ao palco do concurso, o casal entrevistado nos contou que

Mariana: Não foi tão difícil. A gente foi pegando realmente cenas do animê (...) a gente montou as falas, montou o roteiro, gravou no computador.

Mônica: Quem que escreveu?

Mariana: A gente.

Vera: Vocês que gravaram então? Vocês estavam usando playback, vocês estavam dublando?

Mariana: Isso. A gente gravou no computador. A gente joga o áudio de fundo. A gente pegou a trilha sonora do animê e foi montando. Aí a gente ensaiava em casa, de acordo com as regras do concurso também.

Observamos, então, que a performance contou com a trilha sonora original do animê, porém com os diálogos gravados em computador pelos próprios intérpretes, em português e com sotaque carioca, a cena ganha novos contornos. Elemento fundamental para a construção da magia do trecho encenado, foi o efeito sonoro incluído na trilha original, especialmente o som metálico das espadas de Romeu e de Julieta que se chocavam durante a luta do casal. Este apoio do áudio tornou possível passar a veracidade da cena, uma vez que as armas empunhadas no palco eram feitas de um material bastante leve e não metálico, que, portanto, não produziriam o som característico do encontro das armas. Desta forma, os cosplayers interpretaram o casal shakespeariano apenas tocando de leve as espadas por eles construídas, porém sem a produção do som ao vivo, no palco do evento.

A música original do animê é bastante dramática e agitada enquanto o casal luta em cena, mas muda de tom quando Romeu e Julieta se aproximam e se beijam. Neste momento, percebemos um ruído extra, não previsto na cena original, porém que foi inevitável por se tratar de uma performance ao vivo. No exato momento do beijo, o público presente no *Anime Friends 2013* soltou, em coro, urros de aprovação e assobios. Seguindo a interpretação, quando Julieta golpeia Romeu e o mata, a música de fundo acompanha a dramaticidade da imagem encenada e ajuda a construir a carga de emoção desejada para a representação construída pelo casal de jovens e percebida pelo público.

Som como elemento ativador de sentidos

Já imaginaram assistir ao filme “Tubarão¹¹” sem a música sinistra característica do ataque do predador às suas

¹⁰ O vídeo desta performance pode ser visto pelo Youtube. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=ar-wDnhoVno>>. Acessado em 17 ago 2013.

¹¹ “Tubarão” é um filme do diretor Steven Spielberg, de 1975.

vítimas? Ou a construção da histórica ponte sobre o Rio Kwai¹² sem o assobio dos prisioneiros britânicos? O que dizer então sobre o som que virou sinônimo de suspense ao ser apresentada na cena de múltiplas fachadas no chuveiro do filme “Psicose¹³”? Os elementos sonoros têm o poder de criar climas, dar o tom, definir a temperatura, oferecer cores e nuances para a performance.

Algumas vezes, as obras de entretenimento criam trilhas exclusivas a partir da definição criativa do autor e do diretor da obra, podendo cair no gosto da audiência, a ponto de serem executadas isoladamente, sem carecer de acompanhamento de outros elementos da performance, como é o caso da música “Eye of the Tiger¹⁴”. Contudo, muitas vezes fazem uso de músicas já consagradas, como o clássico poema sinfônico¹⁵ composto por Richard Strauss em 1896, que se encaixou perfeitamente no filme “2001: Uma odisseia no espaço¹⁶” e acabou por elevá-lo a outro patamar no imaginário coletivo, talvez nunca sonhado por seu compositor.

Porém, a música também pode exercer um papel de inspiração para a criação de produtos de entretenimento. Foi o caso da obra “Sonho de Amor”, de Franz Liszt¹⁷, que inspirou José Medina a compor uma fantasia radiofônica de mesmo nome. Nesta peça, radiofonizada nos estúdios da Rádio Cultura em 1947, uma senhora, já no final de sua vida, conta ao vizinho a história de desilusão amorosa vivida durante a sua mocidade. A dor foi tão grande, que a moça, de coração partido, ficou de cama sofrendo delírios febris. Durante seus delírios, a jovem transporta-se para um jardim imaginário, onde ouve a música “Sonho de Amor”, que remete a lembranças da antiga paixão e a faz imaginar um último encontro com seu amado. Durante a radiofonização desta peça, a música de Liszt assumiu o protagonismo.

Na cena cosplay, também observamos a presença da música como moldura, que ajuda a compor a paisagem sonora dos eventos, como no já comentado *Anime Friends* 2013. Bandas apresentam as trilhas sonoras dos animês, ajudando a acolher os cosplayers que se identificam com

suas animações preferidas e ativam suas memórias. Ao falar sobre o jovem, público característico do universo cosplay, Paul Zumthor nos conta sobre a relação juvenil com a música

o limite que ele franqueia o introduz nesta “cultura dos jovens” de que se falou tanto, desde que ela se generalizou em nossos anos 1950: fundamentada na contestação dos lugares adultos e do mundo da escrita, reivindicação furiosa da voz selvagem, confortada pela adesão comum a alguns símbolos (amplamente recuperado pela indústria!) não é outro senão a audição dos hits produzidos pelos ídolos. Em torno da canção e por meio dela se instauram ritos de participação, provedores de heróis. (ZUMTHOR, 2010p. 94)

E nessa filme do entretenimento, embalados pela sonoridade, os jovens são convidados a soltar a imaginação e a deixar que os enredos se construam, naturalmente, nas telas de suas vidas.

Considerações em processo

Tanto os radiouvintes da década de 1940, como os frequentadores de eventos de cosplay, estão consumindo produtos de entretenimento e, ao mesmo tempo, consumindo a urbanidade. Segundo a ótica de Néstor Garcia Canclini:

o passeio é uma operação de consumo simbólico que integra os fragmentos em que já se despedaça essa metrópole moderna. Ao narrativizar os segmentos urbanos na crônica, constrói-se – mediante o que Ramos chama de “a retórica do passeio” – uma ordem da cidade. A crônica publicada nos periódicos é o meio de comunicação próprio desta modernidade incipiente, onde se entrelaçam os sentidos parciais das experiências urbanas. (CANCLINI, 2010, p. 119)

Canclini é um dos expoentes no pensamento sobre os consumidores e seus impactos nas sociedades onde estão inseridos. Inicia sua reflexão definindo consumo como “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (2010:60). O consumo assume a posição de instrumento de diferenciação e constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade.

Seguindo com os pensamentos sobre consumo, pode-se observar que a mídia tem um papel central nesta questão. Roger Silverstone traz uma importante contribuição, ao alertar que “nós compramos a mídia, compramos pela mídia e compramos em consequência do que vemos e ouvimos na mídia” (2002:157). Ao dizer

12 O filme “A ponte do Rio Kwai” é de 1957, dirigido por David Lean.

13 “Psicose”, dirigido por Alfred Hitchcock, em 1960.

14 A música “Eye of the Tiger” foi encomendada por Sylvester Stallone para a banda Survivor, para compor o filme Rocky III, estrelado por ele, em 1982.

15 O poema sinfônico “Assim falou Zaratustra” foi composto por Richard Strauss em 1896, inspirado em obra do filósofo Friedrich Nietzsche.

16 “2001: Uma odisseia no espaço” é um filme de Stanley Kubrick, filmado em 1968.

17 A peça N. 3 de Sonho de Amor (Lieberstraum) foi composta pelo húngaro Franz Liszt no século XIX.

que compramos a mídia, Silverstone extrapola a prática de comerciais publicitários e mostra que o consumo também está na forma de comprar conteúdos transmitidos pelos meios de comunicação e que esta atividade passa a ser, em si, um consumo carregado de significados e que também é um ato de comunicação.

Silverstone (2002) explica, ainda, que o consumo implica numa exteriorização, no jogo da fantasia, na exibição da identidade, e diz que

nossas identidades são reivindicadas, em vez disso, pelo sutil, às vezes não tão sutil, posicionamento da exibição. O mapa da diferença, que nos permite mapear nosso caminho através das hierarquias da riqueza e do poder, é definido por nossa capacidade de nos posicionar e ler as marcas do consumo. (SILVERSTONE, 2002, p. 151)

Desta forma, consumimos cultura, consumimos mídia, consumimos produtos, consumidos experiências, mas também somos consumidos pela cultura, consumidos pela mídia, consumidos pelos produtos e consumidos pelas experiências, que acabam por gerar significados sobre o que somos ou parecemos ser. Afinal, o consumo também comunica e constrói e transmite imagens e memórias. Ao escolherem seus personagens midiáticos para a prática do cosplay ou ao optarem pelo consumo de um programa de rádio, os consumidores estão naturalmente se expressando e gerando significados.

Embaralha-se, na mente dos frequentadores do *Anime Friends* 2013, ruídos distintos, pertencentes à paisagem sonora urbana. O evento aconteceu na capital paulista, no Campo de Marte, local próximo à ruidosa Marginal do Rio Tietê, lotada de carros e caminhões barulhentos, e área onde se localiza um aeroporto para helicópteros e aviões de pequeno porte. O som das hélices se mistura aos solos de guitarra e percussões das bandas de Animekê, J pop e K pop¹⁸.

Murray Schafer fala sobre a transformação sofrida na música, por conta da influência da nova paisagem sonora característica da era industrial. Primeiramente, a música refletia a paisagem com toques mais bucólicos e sem a interferência ruidosa característica dos centros urbanos.

A música forma o melhor registro permanente de sons do passado. Assim, ela será útil como um guia para o estudo das modificações nos hábitos e nas percepções auditivas. (...) Os cantos dos pássaros na música têm um paralelo com os jardins fechados da literatura. Antes de a paisagem da Europa haver sido cultivada, a natureza apresentava um vasto e feérico espetáculo. O jardim medieval era uma

tentativa de criar um lugar benigno e florescente no qual o amor, humano e divino, pudesse realizar-se. (SCHAFFER, 2011, p. 151-154)

Schafer observou a mudança da acústica e a integração dos sons característicos das cidades, que acabou por se refletir, inclusive na estrutura das orquestras, como colocado no trecho a seguir:

Mesmo as formas musicais cultivadas no século XIX pareciam ter uma tendência imperialista; assim, na forma do primeiro movimento da sinfonia, a base do lar é estabelecida (exposição), as colônias se desenvolvem (Durchführung) [desenvolvimento] e o império é consolidado (recapitulação e coda). Foi também durante esse período que os cavaletes de todos os instrumentos de corda foram cuidadosamente substituídos com o fim de produzir maior volume sonoro; também novos instrumentos de metal e percussão foram acrescentados e o piano substituiu o cravo, que já não era suficientemente forte para ser ouvido nos novos conjuntos instrumentais. (SCHAFFER, 2011, p. 158-159)

Foi neste novo contexto urbano que se desenvolveram os produtos de entretenimento analisados neste paper. Uma situação em que os ouvidos passaram a se acostumar com a poluição sonora característica dos grandes centros urbanos. As peças radiofônicas eram apreciadas pelas donas de casa atentas ao choro do bebê, ao mesmo tempo em que percebiam o ruído metálico dos bondes riscando os trilhos e os barulhos das chaminés das fábricas instaladas em seus bairros. Já os jovens frequentadores dos eventos de cosplay, prestam atenção às atrações no palco, enquanto ouvem o ruído urbano já quase imperceptível por ter sido incorporado à sua paisagem natural, e, por vezes, ainda mantêm o fone em um dos ouvidos, sintonizando uma rádio web que toca trilhas de animês em sua programação.

Nesta paisagem que se constrói e que se destrói constantemente, lembramos as palavras de Cecília Almeida Salles, em sua obra *Gesto Inacabado*,

muitos aspectos da criação artística aparecem a seus fruidores envoltos em uma aura que mais mitifica do que explica esse engenhoso labirinto da mente humana. Por outro lado, surgem, às vezes, explicações simplistas que poderosamente transformam o labirinto em uma trajetória linear, que não apresenta nem sequer pequenas curvas, que guardem alguma espécie de mistério: distorcendo a complexa lógica que envolve o ato criador. (SALLES, 2004, p. 12)

Seguiremos com os ouvidos abertos e atentos aos produtos de entretenimento que se apresentam para promover reflexões e estabelecer renovadas conexões entre

18 Gêneros musicais frequentes em eventos de cosplay. As bandas de animekê tocam as músicas dos animês preferidos. J pop e K pop são gêneros de músicas japonesas e coreanas, respectivamente.

comunicação, mídia e consumo.

Referências

ANDRADE, Mario de. A língua radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Volume I. Florianópolis: Insular, 2005. p. 113-117.

BAITELLO, Norval e BARRETO, José Roberto. **A comunicação e os ritos do calendário** – entrevista com Harry Pross. Projekt – Revista Cultura Brasileira e Alemã. São Paulo. n. 7, p. 7-10. Jun.1992.

BAITELLO, Norval. **A serpente, a maçã e o holograma: esboços para uma teoria da mídia**. São Paulo: Paulis, 2010.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Ediciones Cátedra. 2004.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

FELINTO, Erick. **Passeando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades da comunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

LACAN, Jacques. - **O Seminário, A Ética da Psicanálise**. Livro 7, R.Janeiro, J.Zahar,1988.

MARTÍNEZ, Jesus O. Elizondo. McLuhan en el espacio acústico. In: SOUSA, Janara; CURVELLO, João; RUSSI, Pedro (org). **100 anos de McLuhan**. Brasília: Casa das Musas, 2012.

MEDINA, José. **Um episódio de guerra**. Rádio Bandeirantes, São Paulo, 24 fev. 1945. Teatro Romântico. 1 Roteiro.

_____. **Sonho de Amor**. Rádio Cultura, São Paulo, 20 jun. 1947. Instante Romântico. 1 Roteiro.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Consumo musical nas culturas juvenis: cosplay, mundo pop e memórias. In: **Revista Contracampo**, nº 25, dez. De 2012. Niterói: Contracampo, 2012. Pags: 80-96.

_____. **O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica**. São Paulo: Annablume, 1993.

SALLES, Cecília Almeida. **Gesto Inacabado: processo de criação artística**. São Paulo: FAPESP: Annablume, 2004.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2002.

STRAW, Will. **Cultural Scenes**. *Loisir et société/society and leisure*, vol. 27, n.2, 2004.

ZUMTHOR, Paul. **Introdução à poesia oral**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.