

---

## **Painel 6**

### **Paisagens audiovisuais na construção do cotidiano: música e media no século XXI**

Paula Gomes Ribeiro (coord.)

CESEM, NOVA FCSH

Com a multiplicação de programas televisivos, de produções cinematográficas e de utilizadores de *youtube* ou outras plataformas *online* – bem como o aumento exponencial de dispositivos e ecrãs para a visualização de todos esses conteúdos – os hábitos de produção e consumo musical têm sofrido várias transformações. Desde séries televisivas de grande orçamento a vídeos caseiros de *youtubers*, estes conteúdos representam atualmente um contexto de recepção cada vez mais consequente para criações musicais e sonoras, e, dada a sua omnipresença e influência na construção do nosso quotidiano, torna-se cada vez mais relevante pensar criticamente a música nestes produtos audiovisuais.

Este painel propõe problematizar diferentes questões que surgem com novas hipóteses de produção e circulação musical associadas a criações audiovisuais, abordando, para isso, fenómenos tão diversos como: o papel da música na série televisiva *Game of Thrones* (2011) enquanto veículo de poder das suas personagens femininas; a criação de paisagens sonoras e o seu recurso para a construção do quotidiano doméstico; e a produção e categorização da *library music* do site francês Cézame. Partimos de um quadro teórico interdisciplinar, cruzando, principalmente, perspectivas e métodos da sociologia da música, dos estudos culturais e do estudo da música em conteúdos audiovisuais.

Debatem-se assim aspetos da atuação da música como prática social e comunicacional na atualidade, inquirindo e discutindo cenários emergentes de produção, mediação e receção de música e paisagens audiovisuais. Abordamos portanto, produções, modelos e vivências sonoras e/ou musicais (em associação a determinantes visuais) no processo de construção de subjetividades, sociabilidades, redes e organização social (DeNora; Hennion; Becker), em espaços do quotidiano atual. Inquirimos, neste sentido, a relevância dos novos media e plataformas audiovisuais na produção de paradigmas sociais nos anos mais recentes da era digital. Num sistema sócio-comunicacional profundamente reconfigurado, assente em redes de intensa e profícua circulação mundial de fluxos digitais de informação, conteúdos, sons e imagens, incidimos em conteúdos, práticas discursivas e circunstâncias de perceção e vivência, em contextos, suportes e redes como a internet, as redes sociais, o micro-blogging, a televisão, entre outros.

### **Música e media, desafios atuais: hiperpersonalização da oferta e consumo audiovisual**

Paula Gomes Ribeiro

Alicerçando-me em discussões teóricas sobre os paradigmas comunicacionais sustentados ou formulados por novos media, proponho-me discutir um processo de personalização cada vez mais expressiva da produção e distribuição de conteúdos audiovisuais e as suas consequências na (re)configuração de comunidades e padrões de consumo musical. Esta discussão passa, entre outros aspetos, pela observação do modo como motores de pesquisa como o Google e de media sociais como o Facebook, ou outros serviços de *streaming* musical, sonoro ou audiovisual, têm vindo a personalizar os seus serviços em função dos utilizadores, examinando o potencial impacto

desta medida na produção de *clusters* ou comunidades de interesses e tendências. Recorro a um quadro teórico interdisciplinar que intersecta instrumentos da sociologia da música, da musicologia, da comunicação, dos estudos culturais e da teoria e sociologia dos *social media* (Castells, Goffman, DeNora, Bourdieu, Bauman, Hennion, Causey, McLuhan, Hall, Latour, Foucault, entre outros).

Paula Gomes Ribeiro é professora do Departamento de Ciências Musicais e investigadora integrada no CESEM - Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical, FCSH/NOVA. Obteve o Doutoramento em Musicologia (Esthétique, Sciences et Technologies des Arts) na Universidade de Paris VIII, em 2000, após ter concluído o grau de Mestre na mesma Universidade, visando os domínios da sociologia da música, da dramaturgia de ópera e do género. Diplomou-se em Ciências Musicais pela FCSH/NOVA. É membro do CESEM desde 1998. Coordena o SociMus (Grupo de Estudos Avançados em Sociologia da Música) e o Grupo de Teoria Crítica e Comunicação do CESEM. Co-fundadora do CysMus (Estudos Avançados em Música e Cibercultura). Foi vice-presidente da direcção da APCM/SPIM. Entre as suas publicações pode nomear-se o livro *Le drame lyrique au début du XXe siècle – Hystérie et Mise-en-abîme* (Paris, Harmattan, 2002). Como encenadora assinou várias produções de ópera. A sua investigação desenvolve-se especialmente nos domínios da sociologia da música, comunicação e media, sociologia da cultura, dramaturgia e performance de espectáculos musico-teatrais e multimédia recentes.

## **Música para imagens, sem imagens: a *library music* do site Cézame**

Júlia Durand

CESEM, NOVA FCSH

A *library music* representa actualmente um dos recursos musicais mais ouvidos em filmes de todo o tipo, desde programas televisivos a vídeos de youtube. Esta música pré-existente é composta tendo em vista a sua utilização em produtos audiovisuais, sendo organizada em plataformas online segundo categorias de instrumentação, emoções, géneros de produção, entre outros (cf. Tagg 2006; Nardi 2012). Dada a sua preponderância em filmes consumidos diariamente, as inúmeras companhias que a comercializam através dos seus sites constituem indústrias musicais significativas, estreitamente ligadas às necessidades e tendências das indústrias audiovisuais. No entanto, apesar da sua utilização difundida e dos numerosos intervenientes que reúne, desde compositores e intérpretes a consultores musicais e realizadores, a *library music* é ainda pouco explorada em investigações académicas.

A companhia francesa Cézame, com um alcance e clientela internacional, é bastante representativa das práticas e discursos mais recorrentes nesta produção musical. Centrando-me no caso específico de Cézame, procuro explorar várias questões centrais na produção de *library music*: os processos de classificação das faixas musicais através de playlists e categorias, e o modo como os compositores e consultores dos sites se relacionam com essas categorizações; a associação que os títulos, descrições e palavras-chave das faixas estabelecem com diversos imaginários e narrativas, influenciando de forma determinante os seus possíveis destinos audiovisuais; o importante papel de estereótipos musicais no constante reflexo (e reforço) de convenções musico-cinematográficas