

Introdução: Música, interatividade e economia afectiva e simbólica nos novos media

Paula Gomes Ribeiro

CESEM - Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

(resumo análogo ao do painel)

Investigadora Auxiliar da Universidade Nova de Lisboa, CESEM - Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical. Concluiu o Doutoramento em Música (Esthétique, Sciences et Technologies des Arts) na Université de Paris VIII, em 2000, após ter obtido o título de Mestre em Música, da mesma Universidade, em 1995, visando os domínios da sociologia da música e da dramaturgia de ópera. Diplomou-se em Ciências Musicais pela UNL. É membro do CESEM desde 1998, e mais recentemente membro do núcleo de estudos DMCE (Dramaturgie Musicale Contemporaine en Europe), Paris. Foi vice-presidente da direcção da APCM/SPIM. Tem vindo a leccionar, desde 2005, no Departamento de Ciências Musicais da FCSH, UNL. Entre as suas principais publicações nomeie-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.

Brevemente #factorxsic. A história começa aqui!: um percurso interactivo e multiplataforma

Minerva Martins

CESEM - Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

O fenómeno de *talent shows* direccionados para a *performance* musical/vocal - *reality pop programs* (Holmes, 2004b) - tem tido um enorme impacto na actual circulação de cantores nos meios de comunicação, ao nível nacional e internacional. Em Portugal foram produzidos e transmitidos programas como *The Voice* (RTP: 2011 e 2014), *Factor X* (SIC: 2013 e 2014) ou *Ídolos* (SIC: 2003, 2004, 2009, 2010, 2012 e 2015) – constituindo plataformas de visibilidade para centenas de indivíduos que nunca antes tinham actuado como cantores/participantes em eventos televisivos.

Essa participação é marcada por lógicas de gestão de conteúdos televisivos adaptadas a audiências locais (Baltruschat, 2009), por contratos e processos burocráticos ligados ao licenciamento de formatos televisivos globais (Chalaby, 2011), por convenções de realização associadas à *reality television* (Holmes, 2004b), por estratégias actuais de interactividade e convergência televisiva (Baltruschat, 2009; Holmes, 2004a). As dinâmicas de comunicação das diversas plataformas de comunicação envolvidas na produção destes *reality pop programs* têm um papel fundamental na construção da sua imagem identitária e narrativas individuais. Para além disso, as condições de participação nestes programas (e a forma como os concorrentes se adaptam às mesmas) podem ainda ter um impacto significativo sobre a sua posterior carreira profissional.

Esta comunicação incide primordialmente na componente narrativa dos programas - construída em torno da ideia de um percurso para o 'estrelato musical' e desenvolvida segundo um modelo de comunicação multiplataforma

(Ytreberg, 2009) - para pensar a posição do concorrente em relação a essas lógicas de comunicação e processos de produção televisiva. Parti, para isso, da observação de alguns dos processos de produção televisiva das empresas FremantleMedia e SIC (responsáveis pela adaptação e transmissão nacional de *Factor X* e *Ídolos*) e da realização de entrevistas a alguns dos seus concorrentes (concorrentes também do formato *The Voice*).

Nascida a Lisboa em 1993, concluiu a licenciatura em Ciências Musicais na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e frequenta actualmente o Mestrado em Ciências Musicais na mesma instituição. Pertence também ao NEGEM (Núcleo de Estudos em Género e Música) e ao SociMus (Grupo de Estudos Avançados em Sociologia da Música), grupos de investigação do CESEM (Centro de Estudos em Sociologia e Estética Musical), FCSH-UNL. Participou como conferencista no III e IV ENIM (Encontro Nacional de Investigação em Música), no I Seminário NEGEM, entre outros.

Perversom? Música, género e sexualidades na pornografia digital

Júlia Durand

CESEM - Centro de Estudos de Sociologia e Estética Musical

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

A pornografia é uma entre inúmeras criações audiovisuais disponíveis na internet que recorrem a stock music (ou “música de arquivo”): ou seja, música composta previamente, disponível para uso em qualquer tipo de produções, tais como documentários ou publicidade. No entanto, devido à natureza sexual da pornografia, a música nela usada tem passado despercebida no meio académico (bem como a própria pornografia, tendo a revista *Porn Studies* surgido apenas em 2014).

Dada a índole das músicas de arquivo, estas são usadas em produtos audiovisuais muito numerosos e díspares, nos quais há uma forte circulação de códigos musicais estereotipados. Esses estereótipos, aliás, estão já presentes na categorização da *stock music* em diferentes bases online. Este modo específico de criação e circulação musical torna-se assim indispensável para explorar a construção de significados em produtos audiovisuais, sendo a pornografia apenas um desses produtos.

Materiais pornográficos audiovisuais são facilmente acedidos por um público extremamente vasto, sendo alvo de debates centrados nos seus supostos discursos sexistas. Um número crescente de autores, contudo, opõe-se à tendência simplista e redutora de encarar a pornografia como uma produção homogénea e ignorar a variedade crescente de géneros (Paasonen, 2009; Attwood, 2010), mesmo que grande parte destes sejam nichos de mercado. Atualmente, estas criações são sobretudo visualizadas online, graças a sites que agregam os seus utilizadores em fóruns de discussão, sendo mais um exemplo de comunidades formadas ou fortalecidas pela internet. Nestes diferentes géneros pornográficos encontra-se uma reiteração (com a pornografia “para mulheres”) ou, pelo contrário, uma subversão (com a pornografia feminista) de papéis de género e estereótipos sexuais. Essa reiteração é frequentemente reforçada pelo uso de sonoridades ou estilos musicais específicos, recorrendo, a maior parte de vezes, a música de arquivo. Os vários *sites* que vendem *stock music* categorizam-na não apenas por