

Todo artista tem de ir aonde o povo está

Existir na rede determina o sucesso de muitos produtores atualmente.

Por Luli Radfahrer | Foto Cia de Foto

A frase que dá título a este artigo é velha, e a música, de tão tocada, acabou por se tornar um estereótipo de violões, rodas de amigos e Visconde de Mauá nos anos 1970. Em tempos digitais, porém, ela ficou mais atual do que nunca. É fácil entender o porquê: antigamente, quando a informação se concentrava em veículos de comunicação, editoras, museus e gravadoras, era preciso passar por uma série de curadores para garantir a publicação de um artigo ou livro, a gravação de um disco ou a produção de uma exposição. O mesmo funil que poderia ser injusto e deixar grandes talentos de fora simplesmente porque estes não tinham acesso às ferramentas, às pessoas ou às fontes de informação também servia como filtro de qualidade. Tocar violão ou encenar uma peça de teatro em um grande auditório costumava ter um peso muito maior do que fazê-lo em um bar, centro cultural ou uma calçada. Nas raras ocasiões em que esse valor se invertia era justamente porque o espaço “alternativo” tinha usado mecanismos de seleção tão ou mais rígidos que o espaço “oficial”.

As evoluções tecnológicas ajudaram os artistas a melhorar a qualidade de suas produções. Hoje é possível comprar equipamentos de ilustração, fotografia, vídeo, iluminação, gravação e edição, bem como um computador potente que aglutine, monte e finalize todos esses conteúdos a preços bastante acessíveis. A banda larga e as mídias sociais – blogs, comunidades de fotografia e ilustração, YouTube e redes sociais – ajudaram os produtores de conteúdo a dar um passo adiante e se tornar seus próprios editores e distribuidores. Com isso, desaparecem os filtros de seleção e o horizonte para a produção criativa se torna a cada dia mais amplo e promissor.

Em termos. O mesmo processo que democratiza a produção e a distribuição também diminui a importância dos centros de exposição. Hoje, momento em que o principal curador de conteúdo é o Google e seu maior critério de seleção é a popularidade, é fundamental a um produtor cultural ter sua presença na internet, já que ela é a forma mais eficiente de ir aonde o povo está. É só pensar na quantidade de vezes que você foi buscar nesse serviço ou em seus equivalentes mais informações sobre algo que viu na TV, ouviu no rádio, leu no jornal ou “soube por aí”.

Ter presença on-line pode significar várias coisas, desde possuir um website complexo até ter uma conta em comunidades restritas a textos ou mensagens curtos, como o Twitter e o MSN, ou recados, como o Orkut. Músicos, por exemplo, não podem abrir mão do MySpace e do YouTube. Já poetas podem facilmen-

te ignorá-los e partir para blogs em que conseguem expressar suas ideias com toda a extensão e a profundidade que essas possam requerer. Hoje que todos estão na rede, é a forma pela qual se estabelece um discurso que faz a diferença. Ela pode ser tão ou mais importante do que uma apresentação presencial, e certamente muito mais completa e relevante do que um currículo ou fita demo.

A pulverização das mídias tornou todos os conteúdos passíveis de auditoria e escrutínio, e não há ninguém melhor do que o próprio artista, jornalista ou músico para falar sobre sua obra. Pena que tão poucos o façam, talvez por uma mistura de insegurança, desconforto e arrogância.

Hoje que todos estão na rede, é a forma pela qual se estabelece um discurso que faz a diferença.

Estar na rede, enfim, é um conceito amplo e pode significar várias coisas. São muitos os serviços, e as comunidades se aglutinam em torno deles da mesma forma pela qual elegemos nossos bares prediletos: a qualidade e a atmosfera até têm sua importância, mas são as pessoas que se encontrará por lá que determinarão seu sucesso.

Infelizmente esses comportamentos são luxos perigosos na sociedade da desinformação digital. Quem não estabelecer claramente seu discurso pode ficar à mercê de comentários infundados ou preconceituosos de qualquer indivíduo, com qualquer formação. A mesma democracia que torna todas as vozes iguais tende a valorizar quem fala mais alto em detrimento de quem tem mais a dizer. ■

Luli Radfahrer doutorou-se em comunicação digital pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde é professor. Trabalha com internet desde 1994.

Sinal dos tempos: os estúdios de músicos (profissionais ou não) agora também devem estar presentes na rede virtual

